

## ・景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

### 1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野              | 景気の現状判断       | 業種・職種                                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------------|---------------|---|--|---|
| 家計動向関連<br>(北海道) | 良く<br>なっている   | 観光名所（従業員）                               | 来客数の動き   | ・乗降客数の比較からだが、11月28日までの乗降客数の前年比は約130%、前々年比でも約114%と増加している。  |
|                 | やや良く<br>なっている | 百貨店（売場主任）                               | 販売量の動き   | ・例年よりも3週間ほどの遅れで雪が降り、ようやく客の関心が防寒物に向いてきており、購買意欲も増してきている。  |
|                 |               | 百貨店（販売促進担当）                             | 販売量の動き   | ・初雪は遅れたものの、その後の冷え込みで冬物衣料の売上が急速に回復している。来客数は横ばいであるものの、買上客数及び客単価は伸びている。  |
|                 |               | スーパー（店長）                                | 販売量の動き   | ・チラシ投入のタイミング及び降雪により、冬物、防寒物関連が一気に動いた。初雪は遅かったが、冬本番を迎えて、月全体としては好調に推移した。  |
|                 |               | スーパー（店長）                                | 来客数の動き   | ・地元球団の優勝もあり、今月の売上は好調に推移している。ようやく雪が降り、寒くなってきたことで冬物関連も動いている。  |
|                 |               | 観光型ホテル（スタッフ）                            | 来客数の動き   | ・各週末に大型のイベントが開催されたことで、客室稼働、客単価ともに好調に推移した。   |
|                 |               | 住宅販売会社（経営者）                             | お客様の様子   | ・住宅市場では、消費税増税が確定して、若干の駆け込み需要がみられるようになってきた。  |
|                 | 変わらない         | 商店街（代表者）                                | 単価の動き  | ・前年と同じ売出しを開催したところ、来客数は前年並みに確保できたが、客単価が大幅に下落し、前年比で70%弱に落ちた。  |
|                 |               | 商店街（代表者）                                | 単価の動き  | ・今月単月で見ると、防寒物衣料の動きが多少あるため、高額な商品が売れている。しかし、客単価が決して上がっているわけではなく、3か月前と比べてそう良いとは判断できない。                                 |
|                 |               | 商店街（代表者）                                | お客様の様子   | ・客の反応をみると、前と変わらないという話が多かった。   |
|                 |               | 百貨店（売場主任）                               | 単価の動き  | ・店全体の売上はほぼ前年並みだが、今月は防寒衣料の動きにより客単価が前年比104.7%とアップしている。しかしながら、買上客数は前年比95.2%と前月よりもダウンしている。                              |
|                 |               | 百貨店（販売促進担当）                             | 来客数の動き   | ・来客数の減少傾向に歯止めがかからない。強化企画を実施することで瞬間的には増加するものの、前後での反動減があり、月全体では減少している。  |
|                 |               | 百貨店（役員）                                 | お客様の様子   | ・ホームセンターは比較的順調に推移しており、衣料品及び生活用品も前年並みで推移している。しかし、スーパーが大苦戦しており、客単価、来客数ともに悪い。外食が増えているという話も聞かないため、食卓の献立数を減らしているとみられる。   |
|                 |               | スーパー（役員）                                | 来客数の動き   | ・10月よりやや上向いているように感じるが、全体的にはまだやや悪い状態のまま推移している。客単価は依然として、前年比で0.5～1.0%低下しており、来客数についても前年比で2.0%前後低下して推移しており、厳しい状況が続いている。 |
| コンビニ（エリア担当）     |               | 販売量の動き                                  | ・たばこの売上の減少に歯止めがかからない。早朝の時間帯での減少が大きく、今までけん引していた部分が減少に転じたことで、全体の数字に影響している。 |   |
| コンビニ（エリア担当）     |               | お客様の様子                                  | ・イベント商材の動きが鈍い。クリスマス商材や年末年始商材の動きも同様に鈍く、買い控えやぎりぎりまで様子を見る行動が出ている。           |   |
| 家電量販店（地区統括部長）   |               | 販売量の動き                                  | ・新型OS発売の影響でパソコンの需要が上向いてきたが、テレビの需要の低迷が続き、全体としては前年とほぼ横ばいの状況である。            |   |
| 乗用車販売店（従業員）     | 単価の動き         | ・販売がスモール系の車種にシフトしているため、売上、利益とも減少している。   |  |   |
| 乗用車販売店（従業員）     | 販売量の動き        | ・販売量が低迷したままであり、店頭に来る客もめっきり減っている。        |  |   |
| 自動車備品販売店（店長）    | 来客数の動き        | ・新車を購入した客の来店が増えている。冬に必要なタイヤやワイパーが動いている。 |  |   |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                     | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|---------------------------|--------|--|
|    |           | その他専門店<br>〔医薬品〕（経営者）      | 来客数の動き | ・少数のロイヤルカスタマーの動きによって日々の売上が激変している。天候不順の影響もあるが、明らかな買い控えも発生している。年金の非支給月は特に顕著である。                                    |
|    |           | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（経営者） | 販売量の動き | ・今のところ石油製品価格は安定して推移している。   |
|    |           | 高級レストラン<br>（経営者）          | 来客数の動き | ・連休等は観光客が見込めるが、普段の日はあまり来客数が増えない。   |
|    |           | 旅行代理店（従業員）                | お客様の様子 | ・年間予算に対する売上が、ほぼ前年比100%で推移しており、極端な変動がない。  |
|    |           | 旅行代理店（従業員）                | 販売量の動き | ・当地からの航空機利用は前年比でややダウンして推移している。前年は震災復興需要などでビジネス利用が活発であったことが要因とみられる。   |
|    |           | タクシー運転手                   | 来客数の動き | ・例年より初雪が遅かったが、雨の日が多かったほか、地元球団の優勝パレードなどのイベントの影響により、タクシーの売上が前年よりもやや良くなっている。ただし、天気の良い日は前年より売上が悪い。                   |
|    |           | タクシー運転手                   | 販売量の動き | ・今月に入って利用客も注文も減っている。観光客の多かった3か月前と比較して、タクシーの売上は約10%のマイナスである。しかし、前年実績と比べると約7.6%増えていることから景気は変わらない。                  |
|    |           | タクシー運転手                   | 来客数の動き | ・注文数が前年比でマイナスとなっており、特に観光客からのオーダーが減少している。   |
|    |           | 美容室（経営者）                  | お客様の様子 | ・売上の前年比が上がりもしないが、下がりもしないという状況で推移している。消費生活がパターン化しているようにみられる。  |
|    |           | 住宅販売会社<br>（従業員）           | お客様の様子 | ・分譲マンションに対する客の購買意欲は相変わらず高いが、その意欲が特にこれまで以上に高まっているわけではない。むしろ、総選挙の結果によっては、住宅金利が変動する可能性があるため、総選挙後に客の様子が多少変化するかもしれない。 |
|    | やや悪くなっている | 商店街（代表者）                  | 来客数の動き | ・観光土産店を経営しているが、売上が前年比6割とかなり落ち込んでいる。10月は前年比120%であったが、11月になり急ブレーキを踏んだような感じで落ちている。近隣のホテル、温泉等も相当悪く、人が入っていない状況である。    |
|    |           | 商店街（代表者）                  | 来客数の動き | ・天候不順の影響もあり、外出が減っている様子がうかがえる。  |
|    |           | 一般小売店〔土産〕<br>（経営者）        | 来客数の動き | ・11月の上旬はあまり気にならなかったが、中旬以降、政局が解散ムードになるにつれて、観光客が顕著に減少してきた。11月までの総売上については前年比で3%程度伸びているが、選挙戦一色で消費が落ち込んでいる。           |
|    |           | スーパー（店長）                  | 販売量の動き | ・極端な安売りをしなくなったこともあり、8月から11月まで、右肩下がりで販売量が落ちている。   |
|    |           | スーパー（企画担当）                | 来客数の動き | ・足元の売上状況は、来客数、客単価ともに厳しい数字で推移しており、一段の消費低迷の状況がうかがえる。   |
|    |           | スーパー（役員）                  | お客様の様子 | ・週末のまとめ買いが少なくなり、必要な物を必要なだけ購入する傾向が強くなっている。  |
|    |           | コンビニ（エリア担当）               | 来客数の動き | ・天候要因もあるが、工事関係者の来店が減少している。   |
|    |           | コンビニ（エリア担当）               | 販売量の動き | ・前年と比較して明確に売上が減少している。競合店がノルマを設定しているという情報も多く聞かれる。   |
|    |           | 衣料品専門店<br>（店長）            | 単価の動き  | ・今までより買い方が非常に少額になっている。売り掛けの場合も入金が遅れてきている。  |
|    |           | 衣料品専門店<br>（店員）            | お客様の様子 | ・消費者の購買意欲が一段と厳しくなっている。総選挙も告示間近となり、高額衣料品が伸び悩んでいる。   |
|    |           | 家電量販店（店員）                 | お客様の様子 | ・客は何度も店を回って値段を見ており、一度の来店では、買う物を決めない状況にある。  |
|    |           | 乗用車販売店<br>（従業員）           | 販売量の動き | ・エコカー減税は現在も続いているが、エコカー補助金がなくなったあおりを受けている。前倒しで購入を決めた客が多いため、今は決まらなくなっている。  |

| 分野                      | 景気の現状判断                      | 業種・職種                        | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明   |        |  |
|-------------------------|------------------------------|------------------------------|------------|--|--------|--|
|                         |                              | 高級レストラン(スタッフ)                | 来客数の動き     | ・今月中旬までは観光客の入込も良く、前年比プラスで推移していたが、下旬の悪天候でディナータイムは客がほとんど入らない日が続き、最終的には前年比はマイナス5%であった。ただし、観光客の入込は前年並みであった。  |        |  |
|                         |                              | 高級レストラン(スタッフ)                | 販売量の動き     | ・気温の急降下や連休が入ったことに加えて、総選挙の確定後に夕食が落ち込んだことから、前年を下回った。ランチはそこそこ客が入るが、夕食は客足が遠のいた。地方の飲食店では、味を落とさない努力をしている店が昼夜とも繁盛している。しかし、客単価が下がっているなかで、苦しい台所事情は変わらない。                      |        |  |
|                         |                              | 高級レストラン(スタッフ)                | 来客数の動き     | ・年末を控えて、客の利用控えがみられる。総選挙があることも影響している。   |        |  |
|                         |                              | 一般レストラン(スタッフ)                | 来客数の動き     | ・9～11月と3か月連続で来客数が前年より減少しており、特に10～11月は前年比で10%以上の低下となっている。   |        |  |
|                         |                              | タクシー運転手                      | 来客数の動き     | ・今月に入って、前月から更に下ぶれするような消費動向になってきている。衆議院の解散もあり、この先も非常に不安定な状況が続くような経済状況になる可能性が高い。   |        |  |
|                         |                              | 通信会社(企画担当)                   | 販売量の動き     | ・競合他社が発売した商品が強力で、自社製品を値下げしても販売量が増えない。  |        |  |
|                         |                              | その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕(従業員) | 来客数の動き     | ・本格的な冬を迎え、気候的にも厳しくなったことから、欠航回数が増加している。また、観光が閑散期となり、来客数は減少している。   |        |  |
|                         |                              | 設計事務所(所長)                    | お客様の様子     | ・例年になく客の動きが悪い。   |        |  |
|                         |                              | 悪く<br>なっている                  |            | 商店街(代表者)   | 来客数の動き | ・地元百貨店に入店した大手生活雑貨店の集客効果と、中心部に足を運んだついで買いによる商店街の売上アップを期待したが、予想に反し商店街の売上は伸びていない。また、大手生活雑貨店自体も開店当初の客のにぎわいがみられない。エリア内の駐車場についても、連日半分以上空いている場所が多く、来街者は減少している。 |
|                         |                              |                              |            | 一般小売店〔酒〕(経営者)  | 販売量の動き | ・10月と比べると売上はやや回復しているが、依然として悪いという状況には変わりはない。主要な客先である飲食店の客が少なく、得意先が非常に苦戦している。当然、当社の売上にも跳ね返ってきている。  |
| 乗用車販売店(営業担当)            | 販売量の動き                       |                              |            | ・新車、中古車ともに受注量が減ってきている。受注残も減っており、売上の低下が加速してきた。  |        |  |
| 観光型ホテル(経営者)             | 来客数の動き                       |                              |            | ・道外からの団体ツアー客の漸減は続いているが、これまで堅調であった道内客の動きも鈍くなっている。   |        |  |
| 美容室(経営者)                | 来客数の動き                       |                              |            | ・年末を控えているためか、来客数が減少している。   |        |  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(北海道) | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | —                            | —          | —  |        |  |
|                         |                              | 通信業(営業担当)                    | 受注量や販売量の動き | ・所属する業界の特殊要因ではあるが、スマートフォンの普及に伴う需要増により、景況感としては以前よりは回復傾向が顕著である。  |        |  |
|                         | 変わらない                        | コピーサービス業(従業員)                | 受注量や販売量の動き | ・受注量、価格ともに向上している。  |        |  |
|                         |                              | 食料品製造業(役員)                   | 受注量や販売量の動き | ・3か月前と比較して、受注量、販売量ともに特に変化がなく、前年と比較しても同等の水準となっている。  |        |  |
|                         |                              | 家具製造業(経営者)                   | 受注量や販売量の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要が住宅着工を後押ししている。その効果で来春納品の物件が増えてきている。  |        |  |
|                         |                              | 輸送業(営業担当)                    | 取引先の様子     | ・震災復興対策貨物がようやく動き始めた。テトラポット、消波ブロック等のコンクリート製品について、道内より仙台港への海上シャーシ輸送が今月より開始されており、苫小牧港から50000トン、釧路港から2000トンの出荷量がみられる。そのほか、防波堤、岸壁の基礎工事に使用される割石についても、道内各港から内航船での輸送が行われている。 |        |  |

| 分野             | 景気の現状判断           | 業種・職種                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|-------------------|-------------------------|--|---|
|                |                   | 金融業（企画担当）               | それ以外   | ・設備投資は、医療介護施設の新増設やメガソーラーの建設で底堅い。住宅着工は低水準ながら持ち直している。しかし、建設関連は技能者の人手不足で工期の遅れも出ている。観光関連は中国人観光客のキャンセルはあるが、全体としては持ち直している。                            |
|                |                   | 司法書士                    | 取引先の様子   | ・不動産取引関連や建物等の建築は一時的に上向きの状態にあるが、最近に至ってはやや下向き気味であり、どちらとも言えない状態である。  |
|                |                   | その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者） | 受注価格や販売価格の動き   | ・仕事量は増えてきている。しかし、取引条件が一向に改善されない。忙しくはなっているが、利益は出ないという状況にある。  |
|                |                   | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）  | 取引先の様子   | ・各種展示会への出足が鈍い。  |
|                | やや悪くなっている         | 食料品製造業（団体役員）            | それ以外   | ・製造企業は漁獲量や加工原料の減少や価格高騰のなかで、大手スーパーや量販店の安価競争の強まりもあり、生産コスト割れした状況となっており、厳しさが増している。年末商戦期を迎えて、受注増の時期ではあるものの、先行きの経済不振や政治の混迷で消費者の儉約思考が強まり、景気の状態は悪化している。 |
|                |                   |                         | 建設業（従業員）   | 受注量や販売量の動き  |
|                |                   | 輸送業（支店長）                | 受注量や販売量の動き   | ・取扱量が前年比、前月比とも落ち込んできている。今期は天候的にも恵まれており、冬の到来が遅れていることから、工物件の進捗も順調とみられるが、新規案件の引き合いが減少している。   |
|                |                   | 司法書士                    | 取引先の様子   | ・不動産の売買、建物の新築が相変わらず低迷している。  |
| 司法書士           |                   | 取引先の様子                  | ・秋の深まりとともに衆議院の解散風が吹き出し、政府も景気回復策を出すことができないことから、投資意欲が弱まり、不動産取引も減少している。総選挙が終わり、新政権が補正予算をどのようにするかで、回復するのか悪化するのかが決まる。             |   |
| 悪くなっている        | その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員） | 受注量や販売量の動き              | ・客先の仕事量の減少で消耗資材及び工具関連、設備機器の受注量が減っている。  |   |
|                | 食料品製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き              | ・低価格品、価格対応品以外の荷動きが悪い。  |   |
| 雇用関連<br>(北海道)  | 良くなっている           | —                       | —  | —   |
|                | やや良くなっている         | 求人情報誌製作会社（編集者）          | 求人数の動き   | ・求人数が前年比108%となっており、前年も求人数が伸びた時期にもかかわらず、さらに上積みする力強さがある。運輸業、食品専門店、一般飲食、ファストフードなどが特に堅調であり、前月に引き続き個人消費関連も順調である。                                     |
|                |                   | 職業安定所（職員）               | 求人数の動き   | ・新規求人数は前年比で21.1%増加し、33か月連続で前年を上回った。また、月間有効求人数も前年比で15.8%増加しており、33か月連続で前年を上回った。   |
|                | 変わらない             | 人材派遣会社（社員）              | 求人数の動き   | ・需要と供給が合っていない。必要な労働力が確保できていない。求人内容と求職者の求める条件、職種、要望が合致していない。情報があふれすぎて求職者の理想が高くなっている。   |
|                |                   | 求人情報誌製作会社（編集者）          | それ以外   | ・決して景況感が良いわけではないのに、全体的に求職者が減少傾向にある。特にサービス業の夕方からの求人と土木建設関連の若者の求人が厳しい状況になっている。  |
| 求人情報誌製作会社（編集者） |                   | 周辺企業の様子                 | ・求人数などからみると、回復基調にあるのは間違いないが、中国や韓国との領土問題、今後の総選挙や消費税増税などを背景にしてか、上半期よりも力強さが感じられない。  |   |
| 新聞社〔求人広告〕（担当者） |                   | 求人数の動き                  | ・募集広告売上が上位の6業種である、派遣、小売、医療、飲食、環境衛生、運輸のいずれも前年比を上回っている。特に、医療、環境衛生の伸び率が顕著である。地元企業からコンスタントに出稿が得られているほか、農業、食品関連の派遣求人も依然として堅調であった。 |   |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種      | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|-----------|------------|---------|---|
|    |           | 職業安定所（職員）  | それ以外    | ・10月の管内の有効求人倍率は0.63倍と前年を0.12ポイント上回り、平成5年3月の0.65倍以来の高い倍率となった。  |
|    |           | 職業安定所（職員）  | 雇用形態の様子 | ・10月の新規求人数は前年比で24.1%の増加となった。新規求職者数は前年比で4.9%の増加となった。月間有効求人倍率は0.73倍となり、前年の0.59倍を0.14ポイント上回った。ただし、新規求人数のうち正社員求人占める割合は48.1%であり、求人者と求職者との間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから、依然として厳しい状況にある。 |
|    | やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員） | 採用者数の動き | ・年末商戦ということもあり、パートやアルバイトの求人が多くなっている。一方、派遣の採用については、採用基準が高くなっており、なかなか派遣先が受け入れてくれなくなっている。正社員の採用については、更に採用基準が高く、簡単には採用に至らない。知識と柔軟性、コミュニケーション能力に優れていないと就職は難しくなっている。                   |
|    | 悪くなっている   | —          | —       | —   |

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野             | 景気の現状判断   | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|-----------|-----------------|--------|---|
| 家計動向関連<br>(東北) | 良くなっている   | —               | —      | —   |
|                | やや良くなっている | 商店街（代表者）        | 来客数の動き | ・9月までは残暑が厳しく、ファッション、雑貨関係が大変不振であった。10月に入り秋物が、11月に入り冬物が動き単価が上がっているため、まずまずの成績となっている。飲食は前年同様の成績という形が多い。   |
|                |           | 商店街（代表者）        | お客様の様子 | ・前年3月に閉店した百貨店の建物を再利用した新商業施設が一部オープンしたことで、商店街が明るさを取り戻しており、全体の来街者数も1割程度増加している。   |
|                |           | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 販売量の動き | ・必要なものしか買わない状況は変わらないが、意外とプレゼント用品がよく伸びている。プレゼントできるというのは、まずまず良いのではないかと。今月の動向を見ていると、良い方向に向かっているようである。  |
|                |           | 一般小売店〔寝具〕（経営者）  | 販売量の動き | ・先月同様、あつらえの手作り布団とそれに伴う二次製品の注文が続いている。  |
|                |           | 百貨店（売場担当）       | 販売量の動き | ・3か月前とは販売するアイテムの内容も異なる上、セール品と定価品とで展開内容が違う点、また今月は防寒アイテムの需要が高まり、フリー客の購入が伸びてきたということなど一概に比較できないのだが、11月の防寒アイテムの動きが3週目、4週目で高まったことで前半負けていた状況から一転して盛り返している。特に、好調アイテムとして先週は、非ウールコートやインナー対応のセーターとパンツのまとめ買いが多く見られ、前年比2けたの伸びをみせている。 |
|                |           | コンビニ（エリア担当）     | 来客数の動き | ・前年は震災特需による客数増加が落ち着いてきた時期であったため、10月より来客数が上向き傾向にある。  |
|                |           | 衣料品専門店（経営者）     | お客様の様子 | ・ようやく冬物の準備を始めたようで、注文が少し入り始めている。   |
|                |           | 衣料品専門店（店長）      | 来客数の動き | ・11月に入り寒い日が続いたことにより、防寒着が好調に推移している。  |
|                |           | 住関連専門店（経営者）     | 販売量の動き | ・毎年恒例の全社員キャンペーンを企画したところ、社員のスケールメリットが大きく、3か月前より販売量等も伸びている。前年までは届かないものの、前年比95%くらい達成している状況である。   |
|                |           | 住関連専門店（経営者）     | 販売量の動き | ・前月、前々月に受けた注文分の販売が今月に重なったため、販売量が伸びている。  |
|                |           | その他専門店〔靴〕（従業員）  | 販売量の動き | ・気温の低下と初雪の影響でブーツの動きが活発になってきている。前年はこの時期に積雪があったが今年はまだないため、長靴の動きは鈍い。前年の豪雪をふまえて外出回数を減らそうと考えているのか、2足、3足とまとめ買いをする客が多く見られる。  |

| 分野    | 景気の現状判断 | 業種・職種                             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-------|---------|-----------------------------------|--------|--|
|       |         | その他小売<br>〔ショッピング<br>センター〕（統<br>括） | 販売量の動き | ・館全体の売上高が前年比を超過している。衣料品は、残暑の影響で9、10月は売上が伸び悩んだが、10月中下旬頃から気温の低下に伴い売上が伸びてきている。  |
|       |         | 高級レストラン<br>（支配人）                  | 来客数の動き | ・総選挙はマイナス要素ではあるが、歳末を迎えるに当たり、忘年会などの宴席受注が堅調である。  |
|       |         | 観光型旅館（ス<br>タッフ）                   | 来客数の動き | ・当社は12月が決算月である。黒字額はわずかではあるが、とにかく来客数を増やし、売上額を増加させることを行った結果、4年ぶりの黒字決算となりそうである。販売単価の下落や、休みも少なく残業が増大している従業員の過重労働の状況などの大きな問題をどう解決するかが課題となるが、売上の的には良い結果となりそうである。 |
|       |         | 通信会社（営業<br>担当）                    | お客様の様子 | ・3か月前の8月は今年度で最低の状況であったため、11月は約2倍の契約数を獲得している。ただし、9～11月と新規加入者の獲得は横ばいのまま推移している。解約者についてはやや減少しているので、全体としてやや良くなってきている。   |
|       |         | その他サービス<br>〔自動車整備<br>業〕（経営者）      | 販売量の動き | ・売上状況は、販売額、来客数共に好調である。   |
|       |         | 住宅販売会社<br>（経営者）                   | 販売量の動き | ・消費税増税が確定し駆け込み需要が始まっており、受注増となっている。   |
| 変わらない |         | 商店街（代表<br>者）                      | 販売量の動き | ・時節柄寒さに対応した衣料品店では徐々に動きも活発化してきているようである。しかし、街頭でのイベントは寒さにより客足が鈍くなってきており、一時しのぎの感を脱しきれない。震災後再オープンした書店では来客数は期待されたほどではなく、苦戦でのスタートとなっている。                          |
|       |         | 一般小売店〔書<br>籍〕（経営者）                | お客様の様子 | ・客は購買商品をかなり選択しているようである。さらに、欲しいもののなかでも選んで購入している人が多くなっており、ジャンル別の売上に相当差が出てきている。   |
|       |         | 一般小売店〔医<br>薬品〕（経営<br>者）           | 販売量の動き | ・来客数が震災後最も多くなりそうである。一方で、客単価の減少が顕著であり、結果として、売上は3か月前と同程度になりそうである。来客数が増えているのは、震災後移転した店舗が徐々に周知されて来ているためとみられる。来客数のレベルは改善傾向にあるとはいえ、震災前に比べいまだ格段に低い。               |
|       |         | 一般小売店〔カ<br>メラ〕（店長）                | 販売量の動き | ・高額商品の販売量は減少しているが、低価格商品の販売量、来客数はやや増加傾向で推移している。   |
|       |         | 百貨店（売場主<br>任）                     | 販売量の動き | ・中旬ごろから寒さも本格的になり、防寒衣料や防寒雑貨の動きが良い。また、お歳暮の動きは震災需要があった前年に比べると厳しい状況にある。  |
|       |         | 百貨店（総務担<br>当）                     | 単価の動き  | ・11月は気温が非常に低く防寒物の動きがあり、少し持ち直しの動きは見られるものの、景気のトレンドとしては落ち込んでいる部分もあるので、今月については判断は難しい。  |
|       |         | 百貨店（企画担<br>当）                     | 販売量の動き | ・様々な営業施策を打ち、瞬間的に売上増になるものの、前年の震災後の特需をカバーするには至っていない。今月中旬以降、年末年始需要の先取り予約等も実施している。特に食品需要だけは、前年来の良いもの志向は更に拡大しているが、衣料品等の落ち込みをカバーするほどではない。                        |
|       |         | 百貨店（営業担<br>当）                     | 販売量の動き | ・売上高は引き続き前年を上回っているが、ここ数か月はほぼ前年比100%をやや上回るペースで推移しており、大きな変動はない。商品アイテムでは、前年特需があったリビング用品が苦戦しているが、服飾関連は冬物を中心に順調である。   |
|       |         | 百貨店（経営<br>者）                      | 単価の動き  | ・食品の客単価ダウンを始め、衣料品や高額な毛皮等も前年よりも動きが悪く、宝飾関係も苦戦している。   |
|       |         | スーパー（経営<br>者）                     | 単価の動き  | ・11月の平均1品単価はほぼ前年並みである。チラシ広告等の価格訴求をして来客数の前年水準をやっと維持し、買上点数がやや伸びる程度なので、やっと売上が前年並みを維持している状況である。収益環境及び消費環境はここ3か月同じように良くない状況が続いている。                              |
|       |         | スーパー（営業<br>担当）                    | 販売量の動き | ・数か月連続で販売点数が伸び悩み、前年同時期と比較しても厳しい状況である。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-------------------------|--------|--|
|    |         | スーパー（物流担当）              | 単価の動き  | ・客単価は上り傾向で、ほぼ前年並みに推移しているが、数値を押し上げているのは新米の販売であり、その他食品は依然として単価が下がったままである。小売業の価格のディスカウント傾向は変わっていない。   |
|    |         | コンビニ（経営者）               | 販売量の動き | ・売上は前年比103%と良好だが、来客数が98%と前年を割り込んでいる。売上が良好な原因は相次ぐ販促によるものである。通常は単発だが今回は2回連続して行ったために、来客数の減を買上点数で補った形になっている。買上点数増は景気の影響によるものではない。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）             | 来客数の動き | ・既設店舗の売上前年比については夏場からのマイナス傾向が引き続いており、冬場に入っても回復基調の兆しが見られない。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）             | 来客数の動き | ・前年の10、11月は自粛ムードから抜け出しその反動で好調が続いていた。現状はその反動で来客数において苦戦が続いているようにみえるが、前々年比だとほぼ横ばいの傾向である。  |
|    |         | コンビニ（店長）                | 来客数の動き | ・来客数、単価共に前年比で大きな差はない。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）             | お客様の様子 | ・電子部品関連の企業の閉鎖等で解雇者が多数出て、次の職場がなかなか見つからない状況である。  |
|    |         | 衣料品専門店（店長）              | お客様の様子 | ・震災特需があった前年と比べると大分落ち着いてしまったが、客の様子をうかがうと、決して安いものを求めているというわけではなく、必要なものだけ購入している。単価は割れていない状況なので、全体的には景気は悪くなっていないのではないかと。前年がある意味でバブル的に来客数が増加したというのが本当ではないだろうか。                        |
|    |         | 衣料品専門店（店長）              | お客様の様子 | ・前年同時期と比べると、来客数は増えているが、買物予算を低く設定しているのか、価格にシビアな客層が増えてきている。  |
|    |         | 衣料品専門店（総務担当）            | 販売量の動き | ・今年春以降、客の動きが良くない。販売量についても購入率は低く、販売に努めても買上点数が伸びない。  |
|    |         | 家電量販店（店長）               | 販売量の動き | ・景気は横ばい状態である。客は必要以上にはものを購入しない。   |
|    |         | その他専門店〔パソコン〕（経営者）       | 販売量の動き | ・販売量、件数共にいくらかは増えてきているが、利益がかなり薄いため今までより良いとはいえない。  |
|    |         | その他専門店〔食品〕（経営者）         | 販売量の動き | ・依然景気の先行きが読めない。東北への観光客も増加しない状況に加え、選挙が財布のひもを更に固くしている。   |
|    |         | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | 販売量の動き | ・防寒着の動きが非常に悪い。その分次の月へ持ち越しになれば良いが、買い控えも多少あるようにみられる。また、客は単価の安い方へ動いている。   |
|    |         | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）  | 販売量の動き | ・ガソリンを中心に燃料の需要が思わしくなく、前年を割った出荷が続いている。それに伴い範囲競争が強くなり価格が軟調傾向になっているため、収益を圧迫している。幸い寒波が来ているため暖房用の燃料の動きが活発で一息ついている。前年、タイヤの需要において震災の影響で特需が発生したが、今年はその反動で需要が落ち込んでおり、前年並みの販売が厳しい状況が続いている。 |
|    |         | 一般レストラン（経営者）            | 来客数の動き | ・来客数の動きは3か月前と比べて変わらない。売上もだいたい変わらない。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）            | 販売量の動き | ・販売量はもちろん、周りの状況や客の声などを拾ってみても決して良くはない。良いのは一部の復興関連の業種だけである。  |
|    |         | 観光型ホテル（経営者）             | 来客数の動き | ・10、11月は秋の旅行シーズンと復興支援の客で入込は多少好況である。なお、業種にもよるが、館内は大変活気がみられる。また、館内消費、特に売店が良い。  |
|    |         | 観光型ホテル（スタッフ）            | それ以外   | ・特に団体利用についてはデフレの傾向が顕著になっており、まず値段ありきで予約が入る状況が続いている。また、選挙モードに入ったことによるキャンセル等も多少あり、影響が出ている。  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                 | 判断の理由            | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|-----------|-----------------------|------------------|---|
|    |           | 観光型旅館（経営者）            | 来客数の動き           | ・11月に少し売上が伸びたが、紅葉期間が長かったことが理由だとみられる。客の話を聞くと行楽シーズンくらいは旅行をしたいという心理が出てきた様子である。ただ、12月以降はまた平常に戻り、平日の予約が伸びていない。   |
|    |           | 都市型ホテル（スタッフ）          | 単価の動き            | ・レストラン関係及びデパート地下のデリカ各店については、利用人員はわずかに増加しているものの、消費単価は月を追うごとに下落している。購入品目については明確な目的をもって買物をしている傾向が見られる。特にレストランについては接待関係の利用が大きく減少しており、ここにきて法人、個人共に消費が低迷しているのが如実になっている。 |
|    |           | 都市型ホテル（スタッフ）          | 販売量の動き           | ・前月同様、レストランディナータイムの低迷に歯止めが掛からない。また、選挙の影響とみられるが、数件の宴会がキャンセル又は延期となっている。   |
|    |           | タクシー運転手<br>通信会社（営業担当） | 販売量の動き<br>お客様の様子 | ・走っている間は普通に客がいる。<br>・多くの業種の企業を訪問しているが、全般的に景気回復の声はない。  |
|    |           | 通信会社（営業担当）            | お客様の様子           | ・客先を訪問しても景気が改善している旨の話は一切無い。一部の企業では震災バブルの話があるがあくまでもスポット的なものである。  |
|    |           | 通信会社（営業担当）            | お客様の様子           | ・客の設備投資意欲に改善が見られない。   |
|    |           | 通信会社（営業担当）            | お客様の様子           | ・客との商談から、好況感、設備投資意欲は見受けられない。被災地復興関連業種は継続的に好況感がみられるが、その他の業種からは感じられない。  |
|    |           | 観光名所（職員）              | 来客数の動き           | ・3連休は首都圏からの来客も結構あり、それなりににぎわった。それ以外の時期は天候不順の影響もあるが来客数は前年より少なめである。  |
|    |           | 美容室（経営者）              | 来客数の動き           | ・9月ごろから来客数は前年比で横ばいの状況が続いている。良くも悪くもないという状況である。   |
|    |           | 設計事務所（経営者）            | お客様の様子           | ・住宅の設計の仕事が続いている状態で、件数はほとんど変わらない。  |
|    |           | その他住宅〔リフォーム〕（従業員）     | 来客数の動き           | ・受付件数が3か月前より10%以上落ち込んでいる。工事待ちだった物件の工事が進んできている。  |
|    | やや悪くなっている | 商店街（代表者）              | 販売量の動き           | ・今月初旬はどこまで下がるのか、中旬はまだ少しずつ悪くなっているという感があったが、下旬になって下げ止まったかというところまできている。何とか12月へ希望をつなげるところまできているが、クリスマス、年末のボーナスの余波はまだないようである。  |
|    |           | 商店街（代表者）              | 来客数の動き           | ・冬の割に気候が落ち着いていたので客足が伸びている。  |
|    |           | 百貨店（経営者）              | 来客数の動き           | ・来客数の減少が続いており、特に日・祝日は少ない。駅前の中心地は百貨店以外休業の商店や飲食店が多く、街の集客、魅力に乏しい。震災以降止まっていた出店がここにきて一斉に始まっており、新規の郊外商業施設や郊外大型商業施設のリニューアルなどに吸引、分散されているようである。                            |
|    |           | スーパー（経営者）             | 来客数の動き           | ・来客数は減、客単価も競争で微減となっている。   |
|    |           | スーパー（店長）              | 来客数の動き           | ・商圏内競合店のリニューアルオープンに伴い、他の競合店もチラシ価格対応などをしており、曜日別の平均来客数が減少傾向にある。また、客はよりチラシ価格に敏感になり、平均単価もダウンしている。競合店間の買い回り傾向が強くなっているようである。  |
|    |           | スーパー（店長）              | 販売量の動き           | ・10月にエリア内に競合店の出店があり、売上が低迷している。競合店の出店により大型店でも小商圏化が進んでいる。   |
|    |           | スーパー（店長）              | 販売量の動き           | ・販売量の他に買上点数が伸び悩んでいる。  |
|    |           | コンビニ（経営者）             | 来客数の動き           | ・こちらではまだ雪は降っていないのだが、客の動きはだんだん鈍くなってきている。   |
|    |           | コンビニ（経営者）             | 来客数の動き           | ・来客数は前年比で約5%ダウンしており、依然厳しい数字である。この状態がしばらく続く。   |



| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-----------------|--------|--|
|    |         | コンビニ(店長)        | 来客数の動き | ・来客数が前年と比べると天分落ち着いてきたというか、あまり芳しくない状況である。景気の良い業界と悪い業界の二極化が進んでいるようである。建設関連はまだ良いのだが、一般の電気関係、メーカーその他、電力関係は景気が非常に悪くなっており、全般的には非常に悪い方向に向っているとみられる。                                       |
|    |         | 衣料品専門店(経営者)     | 販売量の動き | ・10月はコート等の高額防寒衣料が顧客に好調であったが、11月の冬物実売期を迎え、一般客の防寒衣料の動きが弱い。   |
|    |         | 衣料品専門店(店長)      | 来客数の動き | ・急に寒くなって、すぐに必要なコートなど単価の高い物が動いてくれれば良いが、単価の高い物はセール待ちなのだろうか。下見で終わり、今すぐの購買につながらない。   |
|    |         | 家電量販店(店長)       | 単価の動き  | ・比較的好調のように見えた白物家電も単価ダウンに巻き込まれ、切替え年度の新製品の価格があまりにも高いため、買い控えのような動向が見受けられる。  |
|    |         | 家電量販店(店長)       | 単価の動き  | ・テレビなどの単価が前年よりもまた更に下がってきている。また、好調であるタブレットといわれている情報端末も一部単価が下がってきている。情報端末などの販売量は目覚ましく向上しており、前年比でも2けたを超えているが、情報端末だけではテレビの単価のダウンをカバーできない。白物家電も同じく、季節商材の暖房関係の売上は好調に推移しているものの、単価が下がっている。 |
|    |         | 乗用車販売店(経営者)     | 販売量の動き | ・エコカー補助金の反動減があるものの、前年11月はタイの大洪水による供給減があったことに加え、本年は新型車の発売、そしてエコカー減税効果があり、前年を超えるものとみている。   |
|    |         | 乗用車販売店(経営者)     | 販売量の動き | ・エコカー補助金の反動か、新車購入目的の来客数が減ってきている。新車受注は大きく落ち込んでいる。   |
|    |         | 乗用車販売店(経営者)     | 販売量の動き | ・雪の季節に向かうにつれ、例年、来春の車選びの客が多くなる。前年同様、売れ筋の軽自動車の売行きは好調だが、小型車、特に排気量の多い車種の動きは非常に少ない。   |
|    |         | 乗用車販売店(従業員)     | お客様の様子 | ・今まで5～7年でリース契約していた客が再リースをすることが増えてきたので、代替がなかなか進んでいない。   |
|    |         | 住関連専門店(経営者)     | 販売量の動き | ・売上のむらが大きくなり、下がり傾向が増ってきている。  |
|    |         | その他専門店[酒](経営者)  | 販売量の動き | ・冬に向けて出費もかさむことから、消費者の買い控え傾向がますます強くなっている。また、飲食店も年末年始に向けての動きが多少聞かれるものの、今月は例年以上に静かであり、何とか仕入れを抑えて乗り切ろうとする雰囲気強くある。全体的に物の動きが鈍い。  |
|    |         | その他専門店[酒](営業担当) | 来客数の動き | ・地元は今月中盤までは前年並みであったが、総選挙の発表から月末にかけて、飲食店の動きが鈍くなっている。都市部向けの出荷は悪くないが、年末に向けた時期としては悪い状況にある。   |
|    |         | 高級レストラン(支配人)    | 来客数の動き | ・復興パブルははじけ、政局は大混乱し、諸外国の状況も閉塞状態で、明るく上向きになる要素は全く無い。  |
|    |         | 一般レストラン(経営者)    | 来客数の動き | ・来客数が減っている。コンビニなどとの競合もあるが、やはり客が外食をしなくなっているのではないかとみられる。   |
|    |         | 一般レストラン(経営者)    | お客様の様子 | ・当エリアでは市長選が控えているが、それに追い討ちをかけるかのように衆議院が解散している。政治がらみの動きが強くなると、飲食業は人の出入りが少なくなってしまう傾向にある。  |
|    |         | 都市型ホテル(経営者)     | 来客数の動き | ・宿泊部門については、県外からの来客数が3か月前と比べると2、3%は間違いなく下がっている。前月はいろいろなイベントがあったので、全体的な動きとしてはそれほど変わりはないが、今月については来客数減が顕著になっている。   |
|    |         | 都市型ホテル(スタッフ)    | 単価の動き  | ・秋田県はプレデスティネーションキャンペーン中なので、これから良くなっていく可能性はあるが、11月後半からの非常に悪い天気が客の出足を鈍くしてしまっている。   |

| 分野          | 景気の現状判断                      | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-------------|------------------------------|-----------------|--|---|
|             |                              | 都市型ホテル（スタッフ）    | お客様の様子   | ・被災地では復興支援のイベントや宿泊利用により、前年より極めて順調な業績が続いていたが、特需も陰りが出始め、現状の予約及び来月以降の予約状況も前年を下回り始めている。                           |
|             |                              | 旅行代理店（経営者）      | 販売量の動き   | ・毎月、先の販売見込みを作るのだが、今まではその見込み通りか、上回ってきていたが、現在その見込みに届かないという店が出始めている。   |
|             |                              | 旅行代理店（店長）       | 販売量の動き   | ・旅行商品をオーダーする動きが、個人の客を中心に目に見えて減少してきている。  |
|             |                              | 旅行代理店（従業員）      | 販売量の動き   | ・10月までは前年、前々年のいずれも上回る数値で推移をしていたが、11月以降は実績、予測を含め、前年、前々年と同等か下回る受注状況となっている。                                      |
|             |                              | タクシー運転手         | お客様の様子   | ・晴れている日はほとんど乗らず、風が強い日や、雨、雪が降ると客足が若干伸びる。   |
|             |                              | 通信会社（営業担当）      | お客様の様子   | ・雇用の不安定に加え、賃金において経営者が残業を抑制しており、先行き不透明のため消費購買が減少傾向にある。3か月前から節約傾向が見られるようになり、購買意欲もなくなっている状況である。よって、景気はやや悪くなっている。 |
|             |                              | 通信会社（営業担当）      | 販売量の動き   | ・来客数もそうだが、売上そのものは2～3割ぐらい減っている。スマートフォンの市場もそろそろ陰りが見えている。新商品に期待をしているところだが、新型の機種が若干売れているくらいで、利益は薄い状態である。          |
|             |                              | テーマパーク（職員）      | お客様の様子   | ・被災地への復興支援団体の旅行客が減ってきている。支援というお金の使い方ではなく、通常の旅行、観光客としてのお金の使い方をする人が多くなってきている。                                   |
|             |                              | 観光名所（職員）        | 来客数の動き   | ・3か月前の天候に恵まれたフリー客がここにきて減っているようで、やや悪くなっている。  |
|             |                              | 遊園地（経営者）        | 来客数の動き   | ・前年比で一般、団体共に下回っており、全体としても2割以上の減となっている。気温が低いなどの要因もあるが、個人消費に勢いが無い。  |
| 悪くなっている     |                              | 商店街（代表者）        | 来客数の動き   | ・最近極端に来客数が少なくなっている。   |
|             |                              | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き   | ・衆議院の解散の翌日から繁華街では街を歩く人が少なくなり、店のオーナーたちは客が全然店に入っていないとこぼし始めている。  |
|             |                              | スーパー（経営者）       | 競争相手の様子  | ・大手量販店各社が価格の攻勢を強めており、ロープライスが当たり前という状況になっていることから、売上の減少、利益の減少が続いている。  |
|             |                              | コンビニ（エリア担当）     | 競争相手の様子  | ・競争店の出店が増加し、売上、来客数共に減少傾向である。  |
|             |                              | 乗用車販売店（店長）      | 販売量の動き   | ・販売台数の前年割れが、直近数か月続いている。前年は震災特需があったとしても数字は厳しい。   |
|             |                              | 高級レストラン（経営者）    | お客様の様子   | ・復興景気はなくなり、選挙はあり、日本経済はどんどん悪くなっていて、いい材料が全く無い。  |
|             |                              | 一般レストラン（経営者）    | 来客数の動き   | ・レストラン業という職種においては、全く振るわない日々が続いている。11月、寒くなってきたこともあるのか全く客が来ない日もあり、景気は大変悪い。                                      |
|             |                              | タクシー運転手         | 来客数の動き   | ・とにかく乗客が少なくなっている。日中はもちろん、夜は特に少なくなっている。  |
| 企業動向関連（東北）  | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | —               | —  | —   |
|             |                              | 食料品製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・お歳暮商戦がスタートし、出足は前年より順調である。しかし、12月に総選挙があるのでお歳暮トータルでみるとどうなるかわからない。いつも選挙のときのギフトは数字が悪くなるので心配である。                  |
|             |                              | 土石製品製造販売（従業員）   | 受注量や販売量の動き   | ・消費税率が上がる前にとマンション建設や、新築工事をする方が増えてきて、発注が右肩上がりになってきている。   |
|             | 電気機械器具製造業（企画担当）              | それ以外            | ・携帯端末市場が活発になっている。また、円安傾向に為替が変化したことで、当社の財務状況が回復傾向にある。         |   |
|             | 変わらない                        | 農林水産業（従業員）      | 受注価格や販売価格の動き   | ・りんごの農協販売が終了し精算書が農協から届いた。販売単価が震災前の7割程度になっている。   |
| 食料品製造業（経営者） |                              | 受注量や販売量の動き      | ・前月同様、今月も売上金額が前年比で110%を超えるような勢いで推移している。牛タンの人気が出ておりブーム的な感がある。 |   |

| 分野        | 景気の現状判断         | 業種・職種                 | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------|-----------------|-----------------------|--|---|
|           |                 | 一般機械器具製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・自動車部品については、為替相場がやや円安に推移したことから、輸出環境はやや良化している。ただし、中国に向けた日本からの部品の輸出については減少している。               |
|           |                 | 建設業（経営者）              | 受注量や販売量の動き   | ・民間のリフォーム工事の受注が続いている。   |
|           |                 | 建設業（従業員）              | 受注量や販売量の動き   | ・復興関連工事のうち、特に地方自治体発注の大型案件の出件が当初の見込みと比較して滞っている。  |
|           |                 | 建設業（企画担当）             | 受注価格や販売価格の動き   | ・労賃高騰等、コストアップのリスクヘッジが解決できない状況が続いている。  |
|           |                 | 輸送業（経営者）              | 受注量や販売量の動き   | ・全体的に低調な状況が続いており、この状態が少なくとも来年の3月までは続く見込みである。ただ、不透明な要素も大きく、先行きを見通すのは難しい。                     |
|           |                 | 輸送業（従業員）              | それ以外   | ・取扱貨物量は変わらない。   |
|           |                 | 通信業（営業担当）             | 受注量や販売量の動き   | ・計画外の案件がありマイナス分をカバーする状況となっている。  |
|           |                 | 通信業（営業担当）             | 取引先の様子   | ・前年比で伸びている企業が少ない。コストは削り、投資はしないという企業が多い。   |
|           |                 | 金融業（営業担当）             | 取引先の様子   | ・ハタハタは例年より早く水揚げされている。今年は冬場の漁業が期待できそうとの声がある。   |
|           |                 | 金融業（広報担当）             | 取引先の様子   | ・一進一退の動きが続いており、大きな変化は見られない。   |
|           |                 | 広告業協会（役員）             | それ以外   | ・前年のような震災復興需要は落ち着きをみせ、通常の取引状態に戻っている。  |
|           |                 | 広告代理店（経営者）            | 受注価格や販売価格の動き   | ・印刷物の価格下落に歯止めが掛からない。大手代理店や大手印刷会社が、営業フィールドを広げて取りに来ている。そのため、色々な広告物をまとめて安価で受注している状況が多い。        |
|           |                 | コピーサービス業（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・新たな設備投資は市場のなかでは止まっている状態である。最低限復興に必要な商品は横ばいながら売れている状態である。                                   |
|           |                 | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・県内向け、首都圏向け共に良い水準で出荷が安定している。特に県内では、復興特需に伴う飲食店の新規開業などが続いたが、このところ落ち着いており、一定の店舗数、集客で安定したとみられる。 |
|           |                 | その他企業〔工場施設管理〕（従業員）    | それ以外   | ・特に変化はない。   |
| やや悪くなっている |                 | 農林水産業（従業員）            | 受注価格や販売価格の動き   | ・畑作物戸別所得補償制度の導入により、前年以降、転作の蕎麦の作付が全国的に増えたことから、玄蕎麦の買取価格が大幅下落している。                             |
|           |                 | 食料品製造業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・出荷量が上向かない。   |
|           |                 | 繊維工業（経営者）             | 取引先の様子   | ・デパートや専門店等の10月の売行きがシーズンに入った割にはあまり芳しくない。   |
|           |                 | 木材木製品製造業（経営者）         | 受注価格や販売価格の動き   | ・円安の進行に伴い、住宅部材の価格転嫁がスムーズに進まず、収益の悪化につながっている。   |
|           |                 | 出版・印刷・同関連産業（経理担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・ここ3か月、受注量が前年同月比で約10%減少している。  |
|           |                 | 電気機械器具製造業（営業担当）       | 取引先の様子   | ・訪問先の企業の多くは受注減が続いている。   |
|           |                 | 経営コンサルタント             | それ以外   | ・タクシーの実車率が少しずつ落ちている様子が見受けられる。選挙モードに入り、その傾向が強くなりつつある。  |
|           |                 | 公認会計士                 | 取引先の様子   | ・クライアントの月次、決算状況から判断すると、建設業、小売業共に売上及び利益が減少傾向の会社が多くなっている。                                     |
|           |                 | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | 取引先の様子   | ・非常に暑かった夏から急に秋がきて、非常に寒い状況が続いている。それにより、缶ジュースからラーメンといったように商品の構成が全く逆になっている。季節商材以外の動きは鈍い。       |
| 悪くなっている   | その他企業〔企画業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き            | ・節電や原発運転再開の見通しが遠のき、エネルギー事業者からの発注量が激減している。下期にわずかながら上向きになる期待をかけていたがその見通しが大幅に崩れた。 |   |
| 雇用関連      | 良くなっている         | —                     | —  | —   |

| 分野             | 景気の現状判断    | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|------------|----------------|--|---|
| (東北)           | やや良くなっている  | アウトソーシング企業(社員) | それ以外   | ・震災関連の仕事が大変増えている。   |
|                |            | 職業安定所(職員)      | 求人数の動き   | ・商業施設の開業や、デイサービスなどの介護施設の開業などもあり、新規求人は引き続き高水準で推移しており、有効求人倍率も緩やかに上昇している。  |
|                |            | 職業安定所(職員)      | 求人数の動き   | ・新規求人数は前年同月比43%の増加となっており、今年度最高であった4月と比べても20%増加している。業種別では建設業が前年比91%増加となっている。復興関係により、建設業が大幅に伸びているようである。                                       |
|                | 変わらない      | 人材派遣会社(社員)     | 求人数の動き   | ・労働者派遣法改正の様態眺めで受注の低迷が続いている。マスコミ各社から総選挙の出口調査業務を受注したが、一過性のため、3か月前との比較では変わらない。   |
|                |            | 人材派遣会社(社員)     | 周辺企業の様子  | ・労働者派遣法規制強化による派遣需要の縮小が著しい。一方、請負、委託化が進んでいるかというところでもない。直接雇用の求人が増えたのは事実だが、企業もおいそれとは採用に踏み切らず睨み合いの構図ができあがった。雇用推進がうまく機能せず、求職者と求人者との理想ギャップが広がっている。 |
|                |            | 人材派遣会社(社員)     | 求人数の動き   | ・相変わらず建築、スーパー、小売、外食産業で求人が活発にある。   |
|                |            | 新聞社[求人広告](担当者) | 求人数の動き   | ・総選挙が間近に迫っており、駆け込み需要と消費税増税前の最後の追い込みで、地元では正社員募集は少ないが、求人需要が高まっている。ただ、京阪からの募集は目に見えて落ちており、相殺されて結果変わらない状況になっている。                                 |
|                |            | 新聞社[求人広告](担当者) | 求人数の動き   | ・求人は3か月前と比べて減っているが、この動きは前年も同様であった。前年の同時期と比べると持ち直しの傾向にある。  |
|                |            | 職業安定所(職員)      | それ以外   | ・新規求人数は前年同月比で引き続き増加し、新規求職者数は引き続き減少傾向となっており、求人倍率を見ると景気が回復傾向にあるといえるが、景気が回復しているという実感はない。   |
|                |            | 職業安定所(職員)      | 周辺企業の様子  | ・有効求人倍率の減少が続いている。また、事業所閉鎖による大量解雇が発生している。  |
|                |            | 職業安定所(職員)      | 周辺企業の様子  | ・業況的には、前年の震災で不振であったサービス業がやや回復気味であるものの、全体的には製造業の不振と消費の低迷で厳しい状況が続いている。  |
|                |            | 職業安定所(職員)      | 求人数の動き   | ・復興需要に伴う求人は引き続き好調に推移するなかで、求職者の減少傾向が進んでいることにより、求人倍率は改善が進んでいるが、景気回復を実感できる場面は乏しい。  |
|                |            | 職業安定所(職員)      | 求職者数の動き  | ・求人数は前年比で増加を続けているが、企業の自己破産等によりまとまった数の解雇が出ており、求職者が前年比で増加傾向にある。   |
|                |            | やや悪くなっている      | 新聞社[求人広告](担当者)   | 周辺企業の様子   |
| 新聞社[求人広告](担当者) | 周辺企業の様子    |                | ・12月の広告出稿申込が前年と比べ明らかに減っている。新年の広告も、大手、中堅両方で中止する企業が全国、地方共に出てきており、売上の前年割れは間違いない。          |   |
| 職業安定所(職員)      | 求人数の動き     |                | ・求人数は前年同月より増加しているが、製造業の求人、特に食料品、繊維、機械器具製造等の求人が激減している。一方、建設業、飲食サービス、生活関連サービスの求人は増加している。 |   |
| 民間職業紹介機関(職員)   | 周辺企業の様子    |                | ・近郊の電子機器企業がリストラを実施している。  |   |
| 悪くなっている        | 人材派遣会社(社員) | 求人数の動き         | ・10月から11月にかけての求人数の減少が大きい。特に業務請負業からの申込が激減している。  |   |

### 3. 北関東(地域別調査機関:(株)日本経済研究所)

(-:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

| 分野     | 景気の現状判断   | 業種・職種     | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明                   |
|--------|-----------|-----------|-------|----------------------------------|
| 家計動向関連 | 良くなっている   | -         | -     | -                                |
|        | やや良くなっている | 百貨店(営業担当) | 単価の動き | ・気温低下に伴い、高単価商品である重衣料の動きが良くなっている。 |

| 分野        | 景気の現状判断 | 業種・職種  | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------|---------|--|--------|--|
| (北関東)     |         | 百貨店（営業担当）  | 販売量の動き | ・3か月前に比べると、前年と同じぐらいの売上の推移になっている。   |
|           |         | 百貨店（店長）  | 販売量の動き | ・11月に入り、気温も下がってきたことで秋冬物の衣料の動きが良くなった。しかし、お歳暮やおせち、クリスマスケーキの予約など、年末年始の商材は前年より更にスロースタートとなっている。                         |
|           |         | スーパー（経営企画担当）   | 販売量の動き | ・前月リニューアルした店舗が好調で、全社の数字を押し上げている。   |
|           |         | スーパー（統括）   | 販売量の動き | ・最高気温、最低気温共に前年を下回る日が続き、衣料では機能性肌着、ダウンジャケットの動きが良くなり、食品では鍋商材、塩麴鍋つゆなどの温かいメニューが好調に推移している。                               |
|           |         | コンビニ（経営者）  | 単価の動き  | ・周辺に建築物などが増えてきているため、客単価が上がっている。  |
|           |         | 一般レストラン（経営者）   | 来客数の動き | ・年末に向かって各種会合が増えている。市内の会合が増え、その帰り客の来店が多くなっている。  |
|           |         | 旅行代理店（所長）  | 来客数の動き | ・シーズンによる波動があるため、単月の状態での年間のピークシーズンとしては、東日本大震災前まで盛り返した。しかし、これから冬季シーズンに入り、下降線をたどるのは間違いない。                             |
|           |         | 設計事務所（経営者）   | 販売量の動き | ・年末に向けて毎年忙しくなる時期だが、実施設計がいくつか重なり、忙しくなっている。  |
|           |         | 住宅販売会社（経営者）  | 来客数の動き | ・消費税増税の影響か、新築の住宅を準備する動きが活発化している。住宅を建築するには時間がかかることから、まずは底値のうちに土地を求め、準備を進める動きが出てきている。                                |
|           |         | 住宅販売会社（従業員）  | 販売量の動き | ・新規工場建設、大型スーパーの出店等が決定しており、建築部門は非常に好調に推移している。戸建住宅も先月と比べ、持ち直しつつある。   |
| 変わらない     |         | 商店街（代表者）   | お客様の様子 | ・中学生が受験で使う証明写真の撮影者数は前年と同数くらいである。しかし、前年は複数校受験の人が多く見られたが、今年は1校の人がほとんどのようである。   |
|           |         | 一般小売店〔精肉〕（経営者）   | お客様の様子 | ・今月は文化祭や地区の祭り、観光地への旅行等、行事が多く、盛り上がり良かったが、平日は反動で静かな日が多い。   |
|           |         | 一般小売店〔家電〕（経営者）   | 販売量の動き | ・太陽光、リフォーム等は順調に進んでいるが、一般家電では核となる商品がほとんどなく、ウェイトは上がらない。  |
|           |         | 一般小売店〔家電〕（経営者）   | お客様の様子 | ・相変わらず、必要な物以外への消費動向は見えない。消費税増税の絡みがあり、建築業者の受注は多いとは聞くが、家電を含め、日常生活への出費は控えている様子がうかがえる。                                 |
|           |         | 百貨店（総務担当）  | お客様の様子 | ・お歳暮商戦も宴たけなわになっている感じがしない。早期受注割引品もあまり売れず、商品を見ている客はいるが、決定の客が少なく、もらってから返しをする人が目立っている。また、生鮮関係で5千円以上の商品が今年は非常に少ない感じがする。 |
|           |         | 百貨店（販売促進担当）  | 販売量の動き | ・気温の低下で衣料品が動き始め、それに伴い服飾雑貨や身の回り品が好調だが、お歳暮ギフト需要が大きく減退しておりトータルで見ると3か月前と比べても大差がない。                                     |
|           |         | 百貨店（販売促進担当）  | 販売量の動き | ・気温が下がり、冬物衣料の動きが出てきたが、前年と比較しても大幅なプラスには至っていない。今まで、集客装置として機能してきた大型物産展に陰りが見えてきており、物産展を含めた食料品全般が厳しい状況である。              |
|           |         | スーパー（店長）   | 単価の動き  | ・数か月間、単価の変化がない。  |
|           |         | スーパー（総務担当）   | 来客数の動き | ・来客数は前年並みであり、景気の悪い日が続いている。   |
|           |         | コンビニ（経営者）  | 販売量の動き | ・3か月前の夏に比べると、季節的にやや販売量が落ちているが、年賀はがきの販売や年賀状印刷等、冬の風物詩関連の商材がやや上向きのため、ある程度の実績を残している。                                   |
| コンビニ（経営者） | 競争相手の様子 | ・近隣に競合コンビニ店が、ここ1、2年の間に8店ほど開店し、また、大型店舗も安売りに非常に力を入れているため、売上が上がらない。 |        |  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                 | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|-----------------------|---------|--|
|    |           | 乗用車販売店（経営者）           | お客様の様子  | ・エコカー補助金終了から、商談件数は相変わらず少ない状況であり、商談から契約までも以前より時間がかかっている。今の政治、また景気の不安定さを意識しているようである。                 |
|    |           | 乗用車販売店（経営者）           | 販売量の動き  | ・エコカー補助金の反動減が、まだ続いている。   |
|    |           | 住関連専門店（仕入担当）          | 来客数の動き  | ・季節品の動きは10月後半から半年並みに回復したが、既存店の客数微減傾向は続き、平均販売単価の下落も継続している。  |
|    |           | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員） | 販売量の動き  | ・販売量は横ばいである。   |
|    |           | 一般レストラン（経営者）          | 単価の動き   | ・平均客単価が1年前は約1,800円だったが、今は1,200円～1,300円で推移しており、客の金の使い方が非常に節約的になっている。                                |
|    |           | スナック（経営者）             | 競争相手の様子 | ・とにかく人がいないのに店ばかりが多くなり、とても大変である。  |
|    |           | 観光型ホテル（営業担当）          | 単価の動き   | ・客数は多少増加傾向であるが、ネット経由での安価なプランが売れているため、なかなか売上を上げるまでに至っていない。  |
|    |           | 旅行代理店（営業担当）           | 販売量の動き  | ・販売量が少し落ち込んできている。  |
|    |           | 旅行代理店（副支店長）           | お客様の様子  | ・募集型の旅行の集客が、3か月前と変わらずあまり良くない。団体貸切や小グループの旅行もあまり受注状況が伸びてこない。海外旅行においては、海外出張減や近隣諸国との諸問題もあり、相変わらず悪い。    |
|    |           | 通信会社（局長）              | お客様の様子  | ・当社新商品の投入等により、販売数量は増加傾向にあるが、客の様子を見る限りにおいて、景気の変化を感じさせる材料はない。  |
|    |           | 通信会社（営業担当）            | 販売量の動き  | ・年末の出費を想定し、消費自体は横ばいである。また、政治の先行き不安もあり、消費が伸びていない。   |
|    |           | 遊園地（職員）               | 来客数の動き  | ・3か月前と比較すると、来客数の動きに大きな変化は見られない。  |
|    |           | ゴルフ場（業務担当）            | 単価の動き   | ・客は単価の動きに敏感で、なかなか売上が伴ってこない。  |
|    |           | 競輪場（職員）               | お客様の様子  | ・入場者数、購買単価共にそれほど変化が見られない。  |
|    |           | その他サービス〔清掃〕（所長）       | それ以外    | ・近くのスーパーや量販店で買物等をする際、駐車場や店内を見渡しても、駐車台数、客数の大きな変化は見られない。   |
|    |           | 設計事務所（所長）             | 来客数の動き  | ・来社しての新規の依頼や相談はもとより、電話での照会さえない状態である。   |
|    |           | 設計事務所（所長）             | 来客数の動き  | ・3か月前と比べても、来客数は全く変化がない。イベントも開催したが成果が見られず、残念な結果に終わっている。   |
|    | やや悪くなっている | 商店街（代表者）              | 販売量の動き  | ・大手スーパーでは、10月に寒くなり急に売上が増えたと言うが、一般路面店は、どんどん大型店に食われている。一向に客が来ない駅前通りの土曜日は、閑散としている。                    |
|    |           | 商店街（代表者）              | お客様の様子  | ・近ごろは、郊外的大型店へ客を大分取られてしまい、旧市街はほとんど客が来なくなった。客の流れが全く変わってしまった。   |
|    |           | 商店街（代表者）              | お客様の様子  | ・贈答需要が遅く、客単価が例年に比べ低い。  |
|    |           | 一般小売店〔青果〕（店長）         | 来客数の動き  | ・限りなく客数、そして客単価も落ち、ここ最近は何日限られた同じ客だけの来店となっている。   |
|    |           | 百貨店（販売担当）             | 来客数の動き  | ・11月は気温も下がり、冬物重衣料がようやく動き出したため売上は前年以上であるが、来客数がダウンしている。  |
|    |           | スーパー（店長）              | お客様の様子  | ・観光地を抱えている立地のため、ホテル、旅館関係への外国人、特に中国人の入りは良くならないと当業界も良くならない。消費してくれる人が増えないと客数も増えず、売上も上がってこないため、とても厳しい。 |
|    |           | コンビニ（経営者）             | お客様の様子  | ・3か月前と比べると明らかに悪いが、前年比で見ると売上は98%、客数が102%である。  |
|    |           | コンビニ（経営者）             | 販売量の動き  | ・長期間の出入口の道路工事のせい、前年比5%減と低迷している。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種               | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|---------------------|--------|---|
|    |         | コンビニ(店長)            | お客様の様子 | ・古い紙幣や汚れた紙幣が天分入ってくるようになったことから、かなり厳しくなってきたようである。   |
|    |         | 衣料品専門店(店長)          | 販売量の動き | ・今月中旬にチラシやDMにより販売促進を行い、何とか前年並みの売上は達成したが、セールを行わないとかなり厳しい。  |
|    |         | 乗用車販売店(従業員)         | 販売量の動き | ・エコカー補助金の終了に伴い、販売量が減少してきている。1台当たりの収益が減少している。  |
|    |         | 乗用車販売店(販売担当)        | お客様の様子 | ・当社における車の販売台数は、このところ中古車に関してのみ順調に伸びている。伸びていると言っても横ばいだが、それ相応の台数が出ている。ただ、当社の客は観光地に勤めている人が多く、観光客は戻ってきてはいるが、風評被害がまだ少し残っており、年末ということもあって、2、3か月前と比べると、とにかく客がお金を使わなくなってきたと言っている。 |
|    |         | 乗用車販売店(管理担当)        | 販売量の動き | ・国内景気と雇用低迷に伴い、低所得者増などによる消費低迷が続いている。国内自動車業界は、低燃費車やハイブリット車向けエコカー補助金の影響により、9月までは順調に販売拡大していたが、その後は減税対象の車ばかりであり、所得低迷が続く状況下では、購買意欲は低下するのみである。国の景気回復施策が重要なポイントである。             |
|    |         | 住関連専門店(経営者)         | お客様の様子 | ・買上点数、まとめ買いが減少しており、客は必要な物がなくなってからでないと購入しない。   |
|    |         | 高級レストラン(店長)         | 販売量の動き | ・忘年会シーズンにもかかわらず、宴会予約が数件しかなかく、単価、人数共に前年を大きく下回っている。   |
|    |         | 一般レストラン(経営者)        | 来客数の動き | ・前年同月と比較して、多少売上減ではあるが、来客数、単価共に心配するほどではない。   |
|    |         | スナック(経営者)           | 来客数の動き | ・ここ数か月間、以前よりもう一段階確実に悪くなっている。忘年会の予約も低調で、業態の転換を真剣に検討しなくてはならない状況になってきている。  |
|    |         | 都市型ホテル(支配人)         | お客様の様子 | ・ビジネスの動きが相変わらず弱く、また、週末の行楽客、紅葉狩り等の客も例年より少なくなっている。  |
|    |         | 都市型ホテル(スタッフ)        | 来客数の動き | ・当地域においては、非常に人の動きが少ない。総選挙も重なり、月末にかけては本当に閑散としている状況である。   |
|    |         | 都市型ホテル(営業担当)        | 販売量の動き | ・ビジネスホテルの動きだが、例年だと年末に向けて11、12月は、ホテルの稼働状況が大きく伸びるが、今年に限っては前年に比べても伸びていない。9、10月に比べると少しは上がったが、客室販売量の動きから、本来ならもっと伸びるところ、そこまで到っていないので、やや悪い。                                    |
|    |         | 旅行代理店(従業員)          | お客様の様子 | ・衆議院選挙の影響で、予約の取消しが発生している。   |
|    |         | 通信会社(経営者)           | 販売量の動き | ・一般企業や商店からのパブリシティの注文はほぼ皆無であり、イベント等の広報が多少動くのみである。紙媒体の動きは非常に悪く、代わりに店舗を閉鎖する商店からのECサイト構築や、組合や団体からのHP制作などの依頼は動いているが、全体としては低迷中である。  |
|    |         | 通信会社(経営者)           | 単価の動き  | ・家庭用LPガス販売において、円安によって仕入価格が高騰しているためである。  |
|    |         | 通信会社(販売担当)          | 来客数の動き | ・携帯電話業界は新型スマートフォンの影響で好調に見えているが、各社冬モデル新商品の集客が前年と比較して90%程度であり、12月のボーナス商戦も大手電機メーカーの業績不振で不安な状況である。  |
|    |         | テーマパーク(職員)          | 来客数の動き | ・放射線物質による汚染問題からか、学生団体が大幅に減少している。  |
|    |         | 美容室(経営者)            | お客様の様子 | ・秋の行楽シーズンにもかかわらず、節約する人が多くなっているため、入店客数が増えない。   |
|    |         | その他サービス[立体駐車場](従業員) | 販売量の動き | ・販売量に関しては、回数券の売上が半減し、月ぎめに関しても今月は契約が0件という結果になっており、3か月前と比べても非常に悪くなっている。また、来客数に関しても、かなり悪くなってきた。客はサービス券で出られる無料の時間帯を考慮して入庫と言っている。そのためやや悪くなる。                                 |
|    |         | 設計事務所(所長)           | 来客数の動き | ・政局の不安定さもあり、補助金絡みの計画は一時中止の状態になっている。   |

| 分野     | 景気の現状判断   | 業種・職種                   | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------|-----------|-------------------------|------------|---|
|        | 悪くなっている   | 住宅販売会社（従業員）             | お客様の様子     | ・来客数が減少している。  |
|        |           | 商店街（代表者）                | 来客数の動き     | ・街の人通りが極端に少なくなってきた。街角の飲料の自動販売機が撤去されたり、コイン駐車が閉鎖されたりしている。   |
|        |           | 百貨店（店長）                 | 来客数の動き     | ・客数、単価、数量共に落ちている。   |
|        |           | スーパー（経営者）               | 競争相手の様子    | ・ディスカウント合戦が続く。  |
|        |           | 衣料品専門店（経営者）             | 販売量の動き     | ・商店街に人通りが全く見られない。   |
|        |           | 衣料品専門店（販売担当）            | 来客数の動き     | ・先月までは客も、波があっても出てきて買物をする様子が多かったが、今月に入ってから極端に少なくなってしまった。何が原因か分からないが、背景には総選挙や、急激に寒くなったことがあるのかもしれない。今月の後半は、幾分客が出てきたが、セール待ちのような雰囲気も見られ、買物までには至らず、本当に悪くなった。極端な悪さである。 |
|        |           | 家電量販店（店長）               | 販売量の動き     | ・売上の柱である映像関連商品、とりわけテレビが不調続きで、前年比70%弱の実績にとどまっている。映像関連商品は全体の30%強の構成比があり、全体に対して約10%の落ち込みを出している。  |
|        |           | 一般レストラン（経営者）            | 来客数の動き     | ・年末に向かうなかで総選挙が行われ、希望のある明るい総選挙にはなりそうもなく、国民の不安が一層募り、消費は今まで以上に鈍るのではないかと。   |
|        |           | 一般レストラン（経営者）            | 来客数の動き     | ・夜6時から深夜2時までの客数は減っている。  |
|        |           | スナック（経営者）               | 来客数の動き     | ・来客数が減っている。   |
|        |           | 旅行代理店（経営者）              | 販売量の動き     | ・今、総選挙モードに入っている。政治がなかなか進展しない状況で、なおかつ景気もかなり冷え込んでいるため、しばらく低迷傾向が続く。  |
|        |           | タクシー運転手                 | お客様の様子     | ・11月に入ってますます悪くなっている。1日の営業回数が10回ぐらいであり、売上が1～2割落ちている。特に深夜の客が少ない。  |
|        |           | タクシー（経営者）               | お客様の様子     | ・不景気のため人の動きが悪く、前年同月比17%の減少である。  |
|        |           | その他レジャー施設【アミューズメント】（職員） | お客様の様子     | ・深夜から明け方にかけて、特に4～5時以降になると、水商売の従業員が帰りに遊びに来るといったことがあったが、その人たちがほとんど来なくなり、その間の客が大幅に減少している。  |
|        |           | 住宅販売会社（経営者）             | お客様の様子     | ・相変わらず事務所、店舗等の引き合いはほとんどない。中古住宅で本当に安い物件等はちらほらあるが、新築住宅の引き合いはあまりなく、まだまだ不動産価格の下落が進み、デフレが進行している。   |
| 企業動向関連 | 良くなっている   | その他製造業【環境機器】（経営者）       | 受注量や販売量の動き | ・従来の環境機器装置のビジネスモデルは引き続き好調である。また、今現在、500kw未満の発電を複数準備、計画中の太陽光発電の件で、締め切り認可があり、大変忙しく動いている。  |
| (北関東)  | やや良くなっている | 一般機械器具製造業（経理担当）         | 受注量や販売量の動き | ・長くは続かないと思うが、大口の注文が少し入ってきた。   |
|        | 変わらない     | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）       | 受注量や販売量の動き | ・年賀状の時期になるが、件数が伸びない。前月と比べても横ばいである。  |
|        |           | 窯業・土石製品製造業（経営者）         | 受注量や販売量の動き | ・受注量、販売量共に相変わらず低迷している。  |
|        |           | 金属製品製造業（経営者）            | 取引先の様子     | ・特装車両のコンクリートミキサー車に対しては復興需要が続いており、順調な受注量がある。産業機械のコンプレッサはここ数か月はやや減産傾向にあったが、落ち着いたようである。  |
|        |           | 電気機械器具製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き | ・自動車の動きが全く止まってしまった。おそらく中国向けの関係とエコカー補助金が打ち切られた関係で、在庫調整に進んでいるからである。他は季節の調整をすれば変わらない。  |
|        |           | 輸送用機械器具製造業（経営者）         | 取引先の様子     | ・1～9月中旬ごろまでが、まずまずの状況であったが、9月下旬～11月は取引先、競争相手も若干落ちているように感じる。  |



| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                 | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|-----------|-----------------------|--------------|---|
|    |           | 輸送業（営業担当）             | 取引先の様子       | ・ようやく冬本来の寒さとなり、季節商材である暖房家電やインテリア類、衣料等の物量が動き出し、こたつ、加湿器、布団等の動きが増している。また、インターネット販売、ホームセンター向けの荷物が目立って増加している状況である。ただし、前年は東日本大震災で需要もあったため、前年比では少し下回っている状況である。 |
|    |           | 新聞販売店〔広告〕（総務担当）       | それ以外         | ・今月のチラシ出稿量は101.4%となり、半年ぶりに前年を上回った。しかし、温泉旅館の営業担当者からは、例年1泊の忘年会予約が入ってくる時期だが、ほとんどなく危機感を募らせている。  |
|    |           | 司法書士                  | 受注量や販売量の動き   | ・以前は11月ごろから仕事が増え始めたが、そういった時代は去ったようで、低いレベルで変わりなく続いている。   |
|    |           | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・特段の変化は見られない。   |
|    | やや悪くなっている | 食料品製造業（営業統括）          | 競争相手の様子      | ・先日、県内の老舗ワイナリーが過剰投資によってホテルへ売却されるニュースが流れ、世間を驚かせた。原因は売上減少によるものであり、各中小メーカーは海外ワインに押され、四苦八苦しているのが現状である。  |
|    |           | 食料品製造業（製造担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・販売数が落ちている。   |
|    |           | 化学工業（経営者）             | 受注量や販売量の動き   | ・東日本大震災の特需があり、仕事量も今のところある。12月の賞与の支給も問題なさそうであり、今年は久々の社内旅行も行った。   |
|    |           | 金属製品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・得意先の受注量が少なくなっているため、これからどうなるか全く不明である。   |
|    |           | 一般機械器具製造業（経営者）        | 取引先の様子       | ・油圧ショベル向けの仕事は引き続き低迷しており、好調だった他の分野に関しても、計画より下回る状況が出始めている。  |
|    |           | 電気機械器具製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・試作、作業量共に減ってきている。なり振りを構わず仕事を確保しているが、休業日も出だしている。   |
|    |           | 金融業（経営企画担当）           | 取引先の様子       | ・尖閣諸島問題による中国人旅行者の激減が、当地の観光業者に大きな影響を及ぼし、景況感を押し下げている。   |
|    |           | 金融業（調査担当）             | 取引先の様子       | ・企業マインドの悪化が続いているほか、政策効果の剥落、日中関係の悪化による製造業の生産減少が見え始めている。  |
|    |           | 金融業（役員）               | 受注価格や販売価格の動き | ・自動車関連では、国内市場のパイがなくなっているため争奪戦になっている。競合しているため、受注量及び受注単価が低下傾向にあり、利ざやが取れない。また、飲食業関係では消費単価が下がっており、来客状況も非常に悪くなっている。  |
|    |           | 不動産業（経営者）             | 取引先の様子       | ・少子化の影響で、入学者、入学希望者が減少し、設備や備品類も古い物がそのまま使用され続けている。ビルの維持管理においても、最小限の清掃のみで何年も済ましている。  |
|    |           | 不動産業（管理担当）            | 受注価格や販売価格の動き | ・建物管理に関して、今までは当社で修理して請求していたが、修理に必要な部品を現物支給するので、その分安くやって欲しいと依頼されることが増えた。やることは同じでも、当社の売上が減ることになる。   |
|    |           | 広告代理店（営業担当）           | 受注量や販売量の動き   | ・広告宣伝予算が若干減っている。折込チラシの配布部数、エリアの縮小や、パンフレットの発注ロットの減少など、少しでも削減しようとする動きが多い。   |
|    |           | 社会保険労務士               | 取引先の様子       | ・運送関連の事業所などで荷動きが悪くなってきており、物の動きが停滞し始めている。  |
|    |           | 経営コンサルタント             | 取引先の様子       | ・紅葉シーズンも短く、主な観光スポットには人出はあったようだが、消費に結びつくほどの盛り上がりはなく、他の製造業なども不振である。   |
|    | 悪くなっている   | 電気機械器具製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・東日本大震災による特需が一段落し、新規受注が下降気味である。   |
|    |           | 輸送用機械器具製造業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・大手自動車メーカーからの3か月の生産見通しでは、直近の受注量とのかい離が非常に目立ってきており、発注量が下振れとなる。また、12月以降についても減産基調に入ってくるという連絡があるため、非常に先行き不透明になってきている。  |

| 分野       | 景気の現状判断   | 業種・職種                   | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------|-----------|-------------------------|------------|--|
|          |           | その他製造業<br>〔宝石・貴金属〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・卸売りが不調であり、問屋巡りをして仕入意欲がない。卸の売上は大幅ダウンし、クリスマス用の商材の需要も少ない。  |
|          |           | 建設業（総務担当）               | それ以外       | ・公共工事主体で土木舗装工事を行っているが、決算で売上高は前年比16%増である。しかし、工期延長による大幅な赤字の現場が発生したため、2期連続の赤字決算となってしまった。厳しい状況が続いた2期決算である。             |
| 雇用<br>関連 | 良くなっている   | —                       | —          | —  |
| (北関東)    | やや良くなっている | ○                       | ○          | ○  |
|          | 変わらない     | 人材派遣会社（経営者）             | 求職者数の動き    | ・大きい仕事の話はないが、小さい仕事については、あちこちの会社から電話がある。  |
|          |           | 人材派遣会社（経営者）             | 求人数の動き     | ・住宅関連では、住宅着工が徐々に目立ってきているが、動きが見られる程度で、これから先が分からないところである。ただ、自動車関連等の部品の動きが見られた。また、年末に向けての衣料品、装飾品関係の物品販売での募集傾向が多く見られる。 |
|          |           | 人材派遣会社（営業担当）            | 雇用形態の様子    | ・雇用形態は、派遣、契約から、パート、アルバイトに特化してきている。本来なら正規雇用の人が、非正規で働いている。   |
|          |           | 職業安定所（職員）               | 求人数の動き     | ・建設業の新規求人数は太陽光発電や、被災地の復興関連求人が出始めており、前年比20%増となっているが、求職者が希望する製造業は、長引く円高や日中関係の悪化の影響から、前年比11.3%減と厳しい状況となっている。          |
|          |           | 学校〔専門学校〕（副校長）           | 求人数の動き     | ・求人数が先月に比べ、増えてきているように感じる。しかし、増え方が例年と比べると、さほど変わらない。   |
|          | やや悪くなっている | 人材派遣会社（管理担当）            | 求人数の動き     | ・派遣の新規契約は0件で、契約終了は数件である。   |
|          |           | 求人情報誌制作会社（経営者）          | 周辺企業の様子    | ・景気低迷のなか、11月の周辺企業の求人は例年に比べると大分減少している。  |
|          |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）          | 周辺企業の様子    | ・忘年会向けの広告も減少する傾向が続いている。  |
|          |           | 職業安定所（職員）               | 周辺企業の様子    | ・業績悪化のため事業停止に追い込まれ、自己破産申請となる事業所などが前年同時期に比べて増えてきており、人員整理、削減のあおりで仕事を失い、ハローワーク窓口に駆け込む求職者が目立ってきている。                    |
|          |           | 職業安定所（職員）               | 求人数の動き     | ・家電量販店や介護福祉系の求人はあるが、全体的に新規求人が少なくなっている。また、前月末で管内大手企業のリストラで退職になった人の雇用保険手続きは180人程度である。                                |
|          | 悪くなっている   | —                       | —          | —  |

#### 4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野             | 景気の現状判断   | 業種・職種                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|-----------|-------------------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良くなっている   | コンビニ（経営者）               | 来客数の動き | ・当店は、客数が多くなっている点が従来と非常に違い、良くなっている。   |
| (南関東)          |           | 観光名所（職員）                | 来客数の動き | ・今月は1年間でトップの成績を誇る月でもある。そのため、とても来客数の動きが良く、好成績に終わっている。   |
|                |           | その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長） | 来客数の動き | ・母体となるショッピングセンターの改装が終わり、集客が大きく伸びている。   |
|                |           | 住宅販売会社（従業員）             | 販売量の動き | ・今月の販売量は目標数字の120%超となり、景気は良いと判断した。また、3か月前と比べても明らかに良かった。9月に入り来場客が増えたのだが、ようやく販売に結びついてきている。消費税増税により動き始めた客との商談が、ようやく成約につながってきている。 |
|                | やや良くなっている | 百貨店（店長）                 | 来客数の動き | ・政治家の発言から円安、株高になっており、今までよりは先行きに期待が持てる。気温の低下が冬物衣料の売上をけん引している。   |

| 分野    | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-------|---------|-------------------|--------|--|
|       |         | スーパー（総務担当）        | 販売量の動き | ・今月に限ったことだが、11月の中旬に大きなセールがあったことと、気温の低下で冬物が一気に動いたことにより、衣料品や寝具を中心とした住まいの品は良くなっている。ただ懸念されることは、頻度品や食料品などが前年を若干割っており、トータルとしては前年を超えているが、不安が残っている。                                    |
|       |         | コンビニ（商品開発担当）      | 販売量の動き | ・やっと冬らしい気候になってきたため、冬商材の販売を中心に伸びてきている。  |
|       |         | 衣料品専門店（店長）        | 来客数の動き | ・気温の低下に伴い、秋冬物の需要が非常に高まり、来店数が増えた。   |
|       |         | 通信会社（経営者）         | 販売量の動き | ・11月はテレビ加入が順調に獲得できており、インターネットや電話も計画をオーバーしている。携帯電話とのセット割、特に9月からの新型スマートフォンに大きく引っ張られた面が大いにあり、今後も続きそうである。  |
|       |         | 通信会社（管理担当）        | お客様の様子 | ・解散・総選挙による政治の動向及び年末に向けてのイベント等が街並みに出てきているため、やや良くなっている。  |
|       |         | 通信会社（局長）          | 販売量の動き | ・1年を通じた季節要因の特需は、肌で感じるができる。通信系ビジネスのため、携帯電話を中心に活気がある。  |
|       |         | 住宅販売会社（従業員）       | 販売量の動き | ・契約数が上向いており、例年に比べて数が多い。そろそろ消費税増税の影響も出てきたようである。   |
| 変わらない |         | 商店街（代表者）          | それ以外   | ・10月に少し持ち直してきたクレジットカードの取扱が、いま一つ伸びず、現状維持といったところである。イベントを仕掛けると反応は良いのだが、その勢いが長続きしないため、好調とは言い切れない。政治などの明るい材料が必要な気がする。  |
|       |         | 一般小売店〔印章〕（経営者）    | 来客数の動き | ・非常に客は少ない。ショッピングセンターが近隣にいろいろあるため、客が身近なショッピングセンターに分散してしまっているのではないかと思う。非常に低迷している。  |
|       |         | 一般小売店〔靴・履物〕（店長）   | 単価の動き  | ・相変わらず良くない。特に単価がなかなか持ち直さず、低い。当店も裾物が一番動いており、それ以外はなかなか動かない状態が続いている。ひどい状態である。   |
|       |         | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | お客様の様子 | ・外商系は、季節商材の案件等があったため、ある程度伸びた。しかし、店頭の小売は、1人当たり客単価がとてつもなく下がっていることや、また、天候不順のためセールの際に雨が降ったことで、売上が大幅に減ってしまっている。これらを差し引いて、プラスマイナスゼロであり、そのまま変らない。                                     |
|       |         | 一般小売店〔茶〕（営業担当）    | 単価の動き  | ・毎年11月は創業祭を実施しており、前年比170%の売上になったが、前々年比では7%の減少となっている。今年は天気も良く客数は伸びたが、客単価が低く、ギフト需要の伸び悩みがうかがえる。   |
|       |         | 百貨店（売場主任）         | 単価の動き  | ・気温の低下で、中旬から防寒アイテムのニーズが上昇してきたが、客単価は前年に比べ3～5%下がっている。高額品の動きは9月から不調である。   |
|       |         | 百貨店（総務担当）         | 来客数の動き | ・催物などを企画しても来客数が伸びない。総選挙や消費税増税などを背景に、客が消費ムードになっていないようである。お歳暮の状況も芳しくなく、年末の商戦が気掛かりである。今後、売上の基となる来客数がどのように推移するか注視する必要がある。  |
|       |         | 百貨店（営業担当）         | 販売量の動き | ・季節商材、ファッションがすべて実時期になっており、少し先に購入しておく顧客が激減している。その量は前年を死守するのも厳しい。  |
|       |         | 百貨店（営業担当）         | 来客数の動き | ・11月に入り気温の低下とともに、防寒用品の動きが出てきたが、全般的には厳しい状況が続いている。季節的要因により、秋冬商材の動きが遅くなっており、商品単価の違いから売上確保が厳しい面も見られる。食料品については、購買客数も減少、商品単価も上がらないといった二重苦の状態である。ただし、3か月前前に比べると、前年比のマイナスは徐々に縮小してきている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|--------------------|--------|---|
|    |         | 百貨店（販売管理担当）        | お客様の様子 | ・11月に入り気温が低下してきたことから、コートなどの冬物衣料や、野菜を中心とした鍋素材などの動きが活発化して、売上が回復しつつある。しかし、平均単価や客単価は微減しており、本当に必要な商品だけをよく吟味して購入するという客の様子から、購買意欲の基調に変化はみられない。       |
|    |         | 百貨店（営業企画担当）        | 販売量の動き | ・冬物ファッションの動きが本格化し、前半は堅調に推移したが、後半に入り総選挙等の影響もあるのか、若干苦戦している。月のトータルでは前年並みの見込みである。   |
|    |         | スーパー（経営者）          | 来客数の動き | ・客数が減っている。客単価は少し上がっているが、これは雨の影響もあると思う。10月が良くなかったため、それよりは少し良くなっているが、悪いなかで10月よりは良くなっているという状況であり、全体的には良くない。                                      |
|    |         | スーパー（店長）           | 販売量の動き | ・11月の前半は気温もまだ高く衣料品も厳しかったが、後半から気温がぐっと下がって冬に近づき、衣料品や冬物関連商材が好調になってきている。しかし、まだ食品の動きが改善されておらず、衣料品、住まい関連商品頼みであるため、売上は、3か月前と比べて依然として大きく切っている。        |
|    |         | スーパー（店長）           | 単価の動き  | ・安い物しか買わず、プラスチックの関連商品を買ってもらえないため、客単価も下がる。また、特売は打つのだが、本当に安い物しか売れず、負のスパイラルにはまっているようである。   |
|    |         | スーパー（営業担当）         | 単価の動き  | ・季節商材はようやく売れ始めたものの、単価が下がっている傾向にある。  |
|    |         | スーパー（仕入担当）         | 販売量の動き | ・不況感があり、家計支出が増える年末を前に節約志向が強い。必要な物のみの購入となり、買上点数が伸びない。  |
|    |         | スーパー（仕入担当）         | 販売量の動き | ・買上点数は前年並みを維持しているものの、単価の下落により売上が前年に届かない状況が続いている。  |
|    |         | コンビニ（経営者）          | 単価の動き  | ・売上、客数共に変化なく推移しているが、通常商品の客単価が下落し、セールの繰り返して、辛うじて売上の減少を食い止めている。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）        | お客様の様子 | ・買物客のぼやきをよく聞くようになった。増税や電気料金などの値上げ、社会不安により生活防衛を意識するような話をよく聞く。買物も値下げ品の更なる値引きを要求するようになり、生活にゆとりがなくなってきた様子が見え始める。                                  |
|    |         | 衣料品専門店（営業担当）       | 販売量の動き | ・急に寒くなり、客が冬物を求めることが多くなってきている。   |
|    |         | 衣料品専門店（営業担当）       | 販売量の動き | ・気温も下がり、通常、高単価の冬物、セーターやジャケット、コートが売れるはずだが、手ごろな価格の物しか売れない。今月も前年比88%で終わっている。東日本大震災後以来、今月で前年比80%台が5か月連続である。8月決算で赤字となり、今後プラスにするには人を切るしかない深刻な状況である。 |
|    |         | 家電量販店（店員）          | お客様の様子 | ・これから光熱費が値上がりし、電化製品が安くなるなか、消費者への負担は一層厳しい状態になる。  |
|    |         | 家電量販店（統括）          | 来客数の動き | ・客数を前年維持することが非常に難しい。チラシ購読率も年々低下しており、特に東名阪では激しい。チラシ媒体での集客が困難である。   |
|    |         | その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当） | 販売量の動き | ・国内は携帯機が上向き傾向で、良い年末商戦が始まっているが、海外は新ハード、超強力タイトルの続編が投入されたにもかかわらず、静かな印象である。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）       | 販売量の動き | ・3か月前の8月、8月1日～24日までの前年比は、売上98.8%、客数99.1%である。今月、11月1日～28日までの売上だけだが、前年比91.5%である。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）       | お客様の様子 | ・客がお金を使わなくなり、客単価も非常に下がってきている。ケータリングで2,500円、3,000円であったが、今は1,500円や2,000円など、かなり落ち込んでいる。1人当たりの消費単価は前年よりも10%は下がってきている。                             |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）        | 販売量の動き | ・新商品の販売状況が横ばいである。   |
|    |         | タクシー（団体役員）         | お客様の様子 | ・この数か月、特に無線配車件数の減少が続いており、前年同月比約10%ずつ減少している。相変わらず、深夜時間帯のオーダーの減少が響き、悪いままで変わっていない。   |

| 分野             | 景気の現状判断 | 業種・職種       | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |  |
|----------------|---------|-------------|---|--|--|
|                |         | 通信会社（社員）    | それ以外  | ・ダブル選挙など政情が慌ただしく動いているため、生活については守りの雰囲気が強まっていると感じる。  |  |
|                |         | 通信会社（営業担当）  | お客様の様子  | ・客の契約するサービスプランが、低価格のものが多くなっている。また、空室、空店舗が増えており、長い間、入居、テナントが決まらないようである。   |  |
|                |         | 通信会社（営業担当）  | お客様の様子  | ・新規加入時のコース選択の傾向として、より安いものへ、無駄なものへは興味だけで加入しないという状況に大きな変化はない。  |  |
|                |         | 通信会社（局長）    | お客様の様子  | ・携帯タブレット端末の売行きは上昇しているが、それを使うためのコンテンツの伸びには、まだつながっていない。全体的には決して景気が上向いていることはない。   |  |
|                |         | パチンコ店（経営者）  | 単価の動き   | ・当社のチェーン店で1軒スロットマシンの専門店があり、そこで少し前から低玉貸しといって、安い5スロというのを始めた。そのコーナーはかなり客が多いが、他の従来のコーナーは少し弱い。単価の動きとして、やはり客がお金を使わない所で遊ぶという印象を受ける。 |  |
|                |         | 設計事務所（所長）   | お客様の様子  | ・仕事量の少ないまま、動きはない。  |  |
|                |         | 設計事務所（所長）   | お客様の様子  | ・以前から計画をしていた物件が、やっと具体化する方向で話を進めている。また、公共建物については少なくなってきたというものの、今後も仕事としては出てくるようである。  |  |
|                |         | 設計事務所（職員）   | それ以外  | ・建築設計案件数はそれなりにあるが、受注に結び付くものが少ない。   |  |
|                |         | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き  | ・依然として大きな動きは感じられない。ユーザーの話のなかでは消費税増税により発生するとおもわれる駆け込み需要を取込みたいという話題は出ているが、具体性はない。むしろ慎重になっており、控え目を感じる。                          |  |
|                |         | やや悪くなっている   | 商店街（代表者）  | 販売量の動き   | ・総体的に景気が悪く、客の懐具合が非常に悪いため、どうしても安い大型店に流れていくのは、これはもうどうしようもないことである。商店街を見ても人通りが激変しており、非常に危機感を感じている。   |
|                |         |             | 商店街（代表者）  | 販売量の動き   | ・世間全体がより安い物に流れ、嗜好品への出費は激減している。若者はアルバイトや派遣といった不安定な身分の人の割合が多くなってきたせいか、独身者、結婚できない人が多く見られる。女性の社会進出ができないと言っているが、妻が働かなければ生活できない状況が本当の幸せなのだろうか。 |
|                |         |             | 一般小売店〔和菓子〕（経営者）   | 来客数の動き   | ・月の後半になって、天候不順で急に寒さが厳しくなったため、客足がかなり鈍くなり、売上につながっていない。   |
|                |         |             | 一般小売店〔家電〕（経営者）  | 販売量の動き   | ・年末に向けて多少の動きはあるが、単価等の値引き交渉などいろいろある。とにかく家電製品がほとんど出ない。   |
|                |         |             | 一般小売店〔家電〕（経理担当）   | お客様の様子   | ・商品を決める時、安価な物を選ぶ傾向が増えている。総選挙もあり、消費者は不安材料が多くなっているようである。   |
|                |         |             | 一般小売店〔文房具〕（経営者）   | 販売量の動き   | ・一番の年賀状の印刷が今月始まったが、その印刷が悪い。皆、パソコンでやるため悪くなってしまったのだが、それにしても悪い状況である。  |
| 一般小売店〔茶〕（営業担当） | 単価の動き   |             | ・お茶の単価を下げて欲しい、1ランク下げて購入したいという客が増えてきている。来客用のお茶やコーヒーはあまり下級の商品を選ばない一方で、社員用のお茶やコーヒーの単価売上等が毎月下がってきている。 |  |  |
| 百貨店（総務担当）      | お客様の様子  |             | ・全体としては、販売量の動きから判断した。紳士婦人ファッションといった衣料からリビング、食品まで、売上に関しては前年比のマイナスという傾向は変わっていない。                    |  |  |
| 百貨店（総務担当）      | 販売量の動き  |             | ・夏の残暑が長引き、その後、一気に寒くなるため、秋物は売れない時代になってきている。また、寒くなくても重衣料が売れないことで、単価も下がり、売上も減少傾向にある。                 |  |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種        | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|--------------|---------|---|
|    |         | 百貨店（広報担当）    | 競争相手の様子 | ・現状では都内百貨店の売上は厳しく、回復傾向にあった高額品の売行きに低迷の兆しがある。ボーナス支給が前年割れという報道も出るなど、デフレ傾向が依然として継続し、小売への風向きは厳しい。株価が9千円台を回復し、円が80円台になるなど一時的に明るい動きはあるが、安定しない。             |
|    |         | 百貨店（営業担当）    | お客様の様子  | ・売上を見れば明らかである。客の買いたい物、買わなくてはいけない物がなく、寒いから、持っていないからは通用しない。特に洋服への関心が薄く、この状況は続く。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）    | 来客数の動き  | ・お歳暮商戦に関しては、前年を上回り、好調に推移している。   |
|    |         | スーパー（店長）     | 単価の動き   | ・チラシ初日の売上が通常日の指数よりも上がってきており、意図的に価格を下げて販売をしても、余分には売れない状況が続いている。点数が増えないため、単価の下落分、売上も落ち込んでいる。  |
|    |         | コンビニ（経営者）    | 来客数の動き  | ・今月、同じ町内にスーパーが開店した後、主婦層の客が減少した。   |
|    |         | コンビニ（経営者）    | 来客数の動き  | ・季節的な要因もあると思う。また、非常に天候が不順で、暑かったのが急に寒くなったことなども影響している。国内的にも非常に流動的で、いろいろな要素が絡まって悪くなっている。   |
|    |         | コンビニ（経営者）    | 来客数の動き  | ・当店の立地条件がターミナル駅に近いこともあり、再開発によりいろいろな店が出店しにぎやかになって、地域全体で客を呼べる力が蓄えられてきた。しかし、ここへきて過当競争が始まり、道路1本隔てて客の取合いになっており、大分激戦りになってきている。そのため、来客数が若干減っており、総売上も減っている。 |
|    |         | コンビニ（エリア担当）  | 来客数の動き  | ・来客数が前年比98%の状態がずっと続いており、あまり回復の兆しが見られない。たばこも、その他の売上も同様の傾向である。  |
|    |         | コンビニ（商品開発担当） | 来客数の動き  | ・来客数が減少していることが最も大きな要因となっており、下げ止まりの傾向が見られないためである。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）  | お客様の様子  | ・客は今すぐ欲しい物を購入する傾向があるのと、11月は寒い日が多かったため、防寒物が少々良かった。そのこともあって、どうにか昨対を達成しそうである。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）  | 販売量の動き  | ・今月も不安定な天候に左右され、冬物商材の動きが悪い。数量は前年並みだが、重衣料が売れない。雨の多さ、寒暖の差で、客も購入に対して迷いがあるようである。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）  | 来客数の動き  | ・9月ごろから通行客や来客数が少なくなり、景気の悪い状態が続いている。   |
|    |         | 家電量販店（営業統括）  | 単価の動き   | ・販売価格を押し下げる消費者行動は一向に収まらない。ボーナス商戦が始まったが、販売単価は上昇の兆しがない。スマートフォン関連商品や暖房器具が販売点数を伸ばしているが、高額商品の動きは依然として鈍い状況が続いている。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）  | 販売量の動き  | ・当社は自動車の整備と販売をやっているが、整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。前年度比3割減となっている。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）  | お客様の様子  | ・新車のエコカー補助金が終了してから新規客の来店が減り、前年に比べて販売台数がかなり減少している。   |
|    |         | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き  | ・土日週末フェアにおける誘客数の減少が目立っており、顧客も購入に対して慎重である。新型車においても、飛びつく感じが薄い。前年比で、新車は80%弱、中古車は半減、辛うじて修理関係は横ばいである。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き  | ・台数もそうだが、売れている車種が軽自動車、スモールカーに偏り過ぎて、単価も安く利益が薄くなっている。   |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き  | ・受注については、前月の約6割と随分下がってきている。やはり、エコカー補助金が終わり、景気が停滞している、将来の先行きが見えないということで、受注ペースが鈍ってきている。   |
|    |         | 住関連専門店（店長）   | 単価の動き   | ・広告で、紙製品が安くなると買いだめをしている客が多い。まるで石油ショックの時の風景のようである。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                 | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-----------------------|---------|---|
|    |         | 住関連専門店<br>(統括)        | 販売量の動き  | ・乗客数はある程度あるが、それに伴った売上、販売実績がなく、買い控えが依然として続いている。  |
|    |         | その他小売〔雑貨卸〕(経営者)       | 単価の動き   | ・総選挙も近付いてきて、先行き不透明である。  |
|    |         | その他小売〔ショッピングセンター〕(統括) | お客様の様子  | ・最近では客数、客単価共に低迷しており、消費の冷え込みを実感している。   |
|    |         | 高級レストラン(店長)           | 来客数の動き  | ・当業界にとっての一番の繁忙期である忘新年会シーズンを向かえているが、芳しくない状態が続いている。   |
|    |         | 高級レストラン(支配人)          | 来客数の動き  | ・ここ数か月間、中国企業と関係のある近隣企業で、中国人の接待がほとんど見られなくなっている。  |
|    |         | 一般レストラン(経営者)          | 販売量の動き  | ・夏から一気に冬へという温度変化のためか、冷たい飲食メニューの注文が減り、客足に鈍さが目立っている。  |
|    |         | 一般レストラン(経営者)          | 来客数の動き  | ・例年と同じように宴会は入ってきているが、単価も低く、宴会1つの人数の減少が顕著に見られる。フリーの客は今月に入って少し横ばいになってはいるが、昨年は西の市が3回あったが、今年は2回であるため、その影響もかなり大きく出ている。   |
|    |         | 一般レストラン(店長)           | 来客数の動き  | ・とにかく人が少ない。一体どこに行ってしまったのかというくらい、ビルに人がいなくなっている。  |
|    |         | 一般レストラン(スタッフ)         | お客様の様子  | ・基本的に当店は焼き鳥屋で居酒屋と違うため、宴会は居酒屋みたいにはないが、今年は特に悪い。居酒屋に聞いても宴会はまだ3分の1しか入っていないと言っている。総選挙もよく分からないが、こういう時期に総選挙をやっているため、もう12月に入るのに、町が全く暮れという感じがしない。そのため悪い。   |
|    |         | 都市型ホテル(スタッフ)          | お客様の様子  | ・宴会は、11月に入って、1月の新年会が業績不振を理由に2件、600名がキャンセルになった。2月の仮予約1件250名もキャンセルになり、客の料金に対する要望が更に安い物を求める傾向になっている。さらに、今月のレストランはお祝いの予約以外のフリーの来客が少なく、特に土日は13時を回っても来客があり満席だったのが、空席が出る状態になっている。さらに宿泊は、朝食付きプランだと、見える料金が高くなるため素泊りにして、少しでも見える料金を下げないと集客できなくなっており、朝食利用客が減少すると、レストランの業績にも影響が出る。 |
|    |         | 都市型ホテル(スタッフ)          | お客様の様子  | ・日中問題や米国のハリケーンの影響などで、宿泊及び宴会の大型キャンセルがあり、ようやく復調の兆しが見えていたところに痛手となっている。忘年会も順調に受注をしていたが、直近での中小案件の動きがほとんどなく、景気の影響による取り止めや、レストラン、居酒屋へ流れている状況である。全般的に客の動きが鈍い。   |
|    |         | 都市型ホテル(スタッフ)          | 来客数の動き  | ・婚礼相談の来館数が減っている。  |
|    |         | 都市型ホテル(統括)            | 競争相手の様子 | ・景気回復に向かう良い条件が全くなく、飲食店などの撤退などが目に付くため、やや悪くなっている。   |
|    |         | 旅行代理店(経営者)            | 販売量の動き  | ・前半は良かったが、後半に入ってから総選挙云々になったため、皆が尻込みを始めてしまい、なかなか思うようにいかない。どちらともいえないような状況である。   |
|    |         | 旅行代理店(従業員)            | お客様の様子  | ・3週目から問い合わせの電話が鳴らなくなり、団体旅行の見積依頼が極端に減ってきている。更に追い打ちをかけるように、12月に総選挙が決まってからは、ぱったり電話が鳴り止んでいる。  |
|    |         | 旅行代理店(支店長)            | 販売量の動き  | ・今年は当社にとって、東京スカイツリー開業という大きなイベントがあり、法人団体旅行を中心に順調に推移してきた。ただ、今月に入り、電話の件数や販売の注文がかなり減ってきている。これは、予約が他社でも取れやすくなったためであり、当社の優位性がやや少なくなってきたことや、また、客もかなり行っていることもあり、販売の問い合わせ等が減ってきている。そのため、やや悪くなっている。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                       | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-----------------------------|---------|--|
|    |         | タクシー運転手                     | お客様の様子  | ・先月同様、昼間の利用がやや良いため、日中にどれだけ仕事ができるかが勝負である。夜から深夜に掛け、利用がかなり減っており、売上も同様である。   |
|    |         | 通信会社（経営者）                   | お客様の様子  | ・集合住宅の契約で、オーナーから支払いが厳しいとの理由により解約となるケースが増えている。  |
|    |         | 通信会社（経営者）                   | お客様の様子  | ・案件の話があっても、決定するまでの年月が長い。もしくは、なくなるケースが多発している。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）                  | 販売量の動き  | ・インターネット及び電話サービスについては、共に固定回線離れが進んでおり、契約数が伸び悩んでいる。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）                  | 販売量の動き  | ・競合他社の低価格戦略のため、大きく計画を下回る状況が続いている。  |
|    |         | 通信会社（管理担当）                  | 販売量の動き  | ・前月からのトレンドは変わらない。販売量の落ち込みが大きくなっている。  |
|    |         | ゴルフ場（支配人）                   | 単価の動き   | ・24年度は、来場者及び経常収入共に、夏過ぎまでは順調に推移していたが、最近2か月は前年を下回っている。   |
|    |         | 美容室（経営者）                    | 来客数の動き  | ・陽気が不安定なせい、来店サイクルが鈍っているような気がする。  |
|    |         | その他サービス<br>〔保険代理店〕<br>（経営者） | 販売量の動き  | ・客が購入単価を抑え、且つ、購入すらもちゅうちょすることが多くなっている。今必要なものだけ、とりあえず購入する傾向にある。  |
|    |         | 設計事務所（経営者）                  | それ以外    | ・当社の仕事は建築、設計及び管理である。特に80%以上、公共の設計をやっているが、現在は公共の指名があまりない。そのため、民間の仕事を取ろう、もしくは形にしようと、今までの顧客に対してダイレクトメールなどで、客を掘り起こそうと頑張っている。年末に向けて、年賀状やそういったものについても細かく注意を払いながら、新しい客に結び付けようとしている。 |
|    |         | 設計事務所（所長）                   | 競争相手の様子 | ・仕事量が減っているなかで、業者数が年々増えていっているため、非常に厳しい状況である。単価競争も激しくなり、低価格競争に一段と拍車がかかっている。  |
|    |         | 住宅販売会社<br>（従業員）             | 販売量の動き  | ・当社の物件を販売している業者も、良い所と悪い所ではっきり分かれており、全体的に客の動きも鈍くなっている。地域によっては良い所もあるが、当社のエリアはあまり良くない。  |
|    |         | 住宅販売会社<br>（従業員）             | 販売量の動き  | ・見込客を受注に結びつけるまで、相当な苦勞となってきた。   |
|    |         | その他住宅〔住宅資材〕（営業）             | 販売量の動き  | ・これまで少し量が動いていた建材関係も、若干落ち着いてきている。その他の業種については落ち着いた状況が続いているため、やや悪くなっている。  |
|    | 悪くなっている | 商店街（代表者）                    | 来客数の動き  | ・店内催事、店外催事共に今年も数回やってきたが、11月の催事については、目標の半分を下回るほどの悪さで、今まででこれほど売上がなかったことはない。来客数も非常に減っており、また来客の買上も減っている。   |
|    |         | 商店街（代表者）                    | 販売量の動き  | ・ここ数年、悪くなるばかりで対策が取れなくなりつつある。他の所では過去最高の利益などが話題に上っているが、地域なのか業種なのか、良くなっている原因を教えてほしい。  |
|    |         | 一般小売店〔家電〕（経理担当）             | 来客数の動き  | ・来客数が極端に悪くなっている。必要な物しか買わない。  |
|    |         | 一般小売店〔家具〕（経営者）              | 来客数の動き  | ・11月は毎年それほど忙しい月ではないのだが、今年に限っては、とにかく来客数が少ない。いない時は全く来ないという、今まであり得ない状況である。  |
|    |         | 一般小売店〔祭用品〕（経営者）             | 来客数の動き  | ・来客数、客単価共に減少している。  |
|    |         | 一般小売店〔家電〕（経営者）              | 単価の動き   | ・客に高額商品を勧めても、単価の安い物しか決まっていけない。   |
|    |         | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）            | 来客数の動き  | ・大型競合店オープンにより、客の流れが変わったためである。  |
|    |         | スーパー（ネット宅配担当）               | 販売量の動き  | ・8月以降から、全体的に客数、売上の微減が続いている。必要な物以外は、安くても買わない傾向が強くなってきている。大手量販店も、各社値下げに走っており、更に厳しくなる。  |



| 分野                          | 景気の現状判断   | 業種・職種               | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------------------------|-----------|---------------------|--|---|
|                             |           | コンビニ（経営者）           | 来客数の動き   | ・11月になって、かなり景気の悪化を感じる。夕方から夜の来客が、かなり減っている。   |
|                             |           | 乗用車販売店（店長）          | 販売量の動き   | ・純受注はミニバンの勢いが戻り、コンパクトカーが好調を維持したことで、前年並みまで回復したが、目標台数までは届かなかった。要因として11月のバックオーダーの不足もあって、総受注が大きく不足し、売上台数も未達となった。新車拠点21店舗中4店舗のみが目標達成したという惨たんたる状態である。         |
|                             |           | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）   | お客様の様子   | ・政治に経済が振り回されていると思う。   |
|                             |           | 一般レストラン（経営者）        | お客様の様子   | ・10、11月と、会社員が極端に減っている。これは、目に余るほどである。やはり企業が厳しいのではないかと思う。   |
|                             |           | タクシー運転手             | お客様の様子   | ・今月は非常に悪くなっているところに、総選挙という特殊要因が加わり、なお一層のマイナスになっている。どの商店、客などに聞いても、ボーナスが出せるかどうかというような話も出てきており、非常に厳しくなってきた。   |
|                             |           | タクシー運転手             | それ以外   | ・衆議院の解散、中国問題が混んとしている。また、日本経済は、今デフレスパイラルに陥っている。そういうところから、タクシーも最低の景気になっている。今や空車待機列に並んで1～2時間待ちは当たり前といったところである。   |
|                             |           | 遊園地（職員）             | お客様の様子   | ・飲食売店等での買い控え傾向など、支出抑制がみられる。   |
|                             |           | ゴルフ場（従業員）           | 来客数の動き   | ・平成24年度以降のゴルフ場収入は、東日本大震災のあった前年度の収入を上回れない状況にある。  |
|                             |           | その他サービス〔立体駐車場〕（経営者） | それ以外   | ・契約車両が減ってきている。  |
|                             |           | 住宅販売会社（経営者）         | 単価の動き  | ・当社は住宅を扱う不動産デベロッパー業と総合建設業だが、不動産価格が下がり続けており、デフレ経済から脱却できない限り、景気は良くならないと思う。工事の請負の面では、東日本大震災の影響で原価が上昇しているにもかかわらず、公共事業を含めた請負価格は低いままである。このような状態では景気はますます悪くなる。 |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) | 良くなっている   | 出版・印刷・同関連産業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・当社特有の季節的要因による受注の増加がある。   |
|                             | やや良くなっている | 食料品製造業（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・半年ぶりに売上が前年をクリアしている。  |
|                             |           | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）   | 受注量や販売量の動き   | ・印鑑や印刷の仕事をしている。会社関係と個人客があるが、今回は、ほとんど注文がなかった大きい企業から特需があった。少し上向きである。  |
|                             |           | 経営コンサルタント           | 取引先の様子   | ・業種は違うものの、今月はここ数か月と比較して、客数増加、売上増となっている取引先が多い。   |
|                             | 変わらない     | 出版・印刷・同関連産業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・今月は、前月までに比べて多少増加しているが、例年悪くなっている。   |
|                             |           | プラスチック製品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・従来品の受注に大きな変化はないが、尖閣諸島問題の影響か、顧客の予算の都合で、当てにしていた新規企画が頓挫してしまった。  |
|                             |           | プラスチック製品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・当社は注文が順調に入ってきているが、取引先で倒産した会社がある。景気が良いのか悪いのか少し判断が難しいところである。   |
|                             |           | 金属製品製造業（経営者）        | 取引先の様子   | ・自動車関連の金型部品は、リーマンショック以来低迷していたが、ここ3か月くらいは回復傾向にあった。しかし、中国問題と総選挙の関係か、先の経過が見えなくなってきた。   |
|                             |           | 一般機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・中国向けの注文が一切止まっている。  |
|                             |           | 電気機械器具製造業（経営者）      | 取引先の様子   | ・やはり全体の景気が悪いので、引き合いは比較はあるが成約率が1割に満たない状況で推移している。   |
| その他製造業〔靴〕（経営者）              |           | 取引先の様子              | ・当社の得意先の1件は、主にデパート関係の間屋であり、そういった意味では大変苦戦しているようである。当社には、少なくなったり多くなったりと極端な変化はないが、苦戦していることは確かである。 |   |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                                | 判断の理由                | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|-----------|--------------------------------------|----------------------|---|
|    |           | 建設業（経理担当）                            | 競争相手の様子              | ・会社更生法を申請していた競合他社が、この不景気でスポンサー企業も付かず、正式に清算手続きに入った。低価格の受注競争が続き、体力がなくなった会社から、これからも消えていきそうである。   |
|    |           | 輸送業（経営者）                             | 受注価格や販売価格の動き         | ・同業他社との競合からか、荷主からの納品時の要請がエスカレートしている。付帯作業が増え、輸送効率が落ちる一方、その作業が料金に反映されないため、収入の減少が生じている。  |
|    |           | 輸送業（経営者）                             | 受注量や販売量の動き           | ・総選挙が実施されるということで、その前しよう戦というのか、いろいろと各党首が政見放送に出ている。非常に将来的には明るい方向に向かっていると感じている。  |
|    |           | 輸送業（総務担当）                            | 取引先の様子               | ・出荷量は少しずつ増えているが、運賃、作業賃が押さえられているため、売上は微増である。   |
|    |           | 通信業（広報担当）                            | 受注量や販売量の動き           | ・先月は良かったが、結局、ならしてみれば横ばいである。   |
|    |           | 金融業（役員）                              | 取引先の様子               | ・不安定さを増す政治と、欧州の信用不安及び日中関係悪化の影響を受ける輸出の減少により、先が見通せない状態が続いている。   |
|    |           | 広告代理店（従業員）                           | 取引先の様子               | ・総選挙の関係で若干だが業務が増えつつある。  |
|    |           | 広告代理店（営業担当）                          | 取引先の様子               | ・元気のよいクライアントと、そうでないクライアントの差が激しい。積み上げ努力で現状を保っているため、先行きが読めない。   |
|    |           | 経営コンサルタント                            | 取引先の様子               | ・中小製造業にとっては、冬の時代が変わらず進行している。  |
|    |           | 経営コンサルタント                            | 取引先の様子               | ・商業界は歳末商戦に入る。企画された売出し策が、いろいろ打ち出されてくるだろうが、いずれも、年末賞与は期待外れ、家計を預かる主婦の財布のひもは固い、という前提でプランされたものが多い。  |
|    |           | 税理士                                  | それ以外                 | ・最寄駅に行くまでの商店街の飲食店等を、夜、歩いて外側から見る限りではあまり入っていない感じがする。そのため、景気が悪いと思う。  |
|    |           | 社会保険労務士<br>その他サービス業<br>[情報サービス]（従業員） | 取引先の様子<br>受注量や販売量の動き | ・資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる。<br>・インターネット対応のマンションにグレードアップする取り組みを実施しているが、受注件数が伸びない。  |
|    | やや悪くなっている | 出版・印刷・同<br>関連産業（営業<br>担当）            | 取引先の様子               | ・協力会社の営業が、他の印刷会社も、全体的に例年になく年末の忙しさが少ないと言っている。  |
|    |           | 出版・印刷・同<br>関連産業（総務<br>担当）            | 競争相手の様子              | ・同じ業種で、倒産件数が増えている。  |
|    |           | 金属製品製造業<br>（経営者）                     | 競争相手の様子              | ・当社付近の工業団地では、多くの企業が定時で終了したり、帰休を使って休業している会社が多くある。  |
|    |           | 建設業（経営者）                             | 取引先の様子               | ・改修工事やリフォーム、木造耐震補強の話はあるものの、新築の案件がなかなか受注できない。下請の企業は職人の数が減っているせいか忙しいらしく、若手のなり手もいない。   |
|    |           | 建設業（営業担当）                            | 取引先の様子               | ・中国の暴動以来、自動車メーカーの輸出が悪化し、国内での設備投資も控え始めている。また、他自動車メーカーもリコール等の対応に追われており、施設整備も順延している。   |
|    |           | 輸送業（営業担当）                            | 受注量や販売量の動き           | ・当社の不定期、チャーター部門が不振である。荷物そのものの減少と、荷主のコスト意識の高まりによる対策が進んでいるようである。  |
|    |           | 金融業（統括）                              | 取引先の様子               | ・顧客の資金ニーズが減っており、また政治が混迷しているからである。   |
|    |           | 金融業（支店長）                             | 受注量や販売量の動き           | ・取引先の様子だが、2、3か月前と比べるとやはり受注量は減っており、設備投資はほとんどない。小売業も売上が減っている。消費税が引き上げられるということで、駆け込み需要として住宅が少し動いているが、それ以外は伸び悩んでいる。景気はますます悪くなっているようである。 |
|    |           | 金融業（渉外・<br>預金担当）                     | 取引先の様子               | ・製造業の受注減少が止まらない。  |

| 分野                   | 景気の現状判断              | 業種・職種                | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明   |            |   |
|----------------------|----------------------|----------------------|------------|--|------------|---|
|                      |                      | 不動産業（経営者）            | 競争相手の様子    | ・駅から3分の鉄筋コンクリート4階建て新築16室が、6月完成だがいまだに11室が残っている。また、駅から8分の新築4室24.35～26.89平米、賃料63,000～65,000円で9月完成だが、まだ1室も決まっていない。昨年の4月以降同じ状態が続いている。                 |            |   |
|                      |                      | 不動産業（従業員）            | それ以外       | ・賃貸業を営んでいるが、居室、店舗を問わず空室が埋まらない。また、賃料の値下げ要望が多くなっている。   |            |   |
|                      |                      | 不動産業（総務担当）           | 競争相手の様子    | ・ある地域で、競合他社に先がけてマンションの販売を始め、販売当初は順調に売れていたが、ここにきて競合他社が当社の販売状況を見て、当初の予定販売価格を大幅に下げて販売を開始したため、急に販売状況が悪化しだした。そのうち当社物件も値下げするのではないかと、顧客が様子見の状況になっている。   |            |   |
|                      |                      | 広告代理店（経営者）           | 取引先の様子     | ・客先が新商品を発売したが、期待を大幅に下回る実績しか上がらず、そのあおりで前年踏襲が予定されていた仕事が急ぎょキャンセルになった。   |            |   |
|                      |                      | 税理士                  | 取引先の様子     | ・年末に総選挙が決まり、慌ただしいだけで商売につながる見込みはない。   |            |   |
|                      |                      | その他サービス業〔警備〕（経営者）    | 取引先の様子     | ・ここにきて公共事業現場が落ち着き始め、現場数が減ってきている。   |            |   |
|                      |                      | その他サービス業〔映像制作〕（経営者）  | 受注量や販売量の動き | ・今後の予定が立たないという理由で、受注されていた仕事が複数キャンセルになった。   |            |   |
|                      |                      | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | それ以外       | ・夜の華やかさがなくなったため、やや悪くなっている。   |            |   |
|                      |                      | 悪くなっている              |            | 繊維工業（従業員）  | 受注量や販売量の動き | ・輸入品が増え、消費者は安い物を買いたい傾向が顕著となっており、国内製品への需要は一向に上向いてこない。                                |
|                      |                      |                      |            | 出版・印刷・同関連産業（所長）  | 取引先の様子     | ・次年度の年間契約案件のプレゼンが数件あったが、全て他社の受注となってしまった。提案内容よりも価格面での差が重視されているため、大手の競合他社には勝てない状況である。 |
| 一般機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き           |                      |            | ・ここにきて、売上が急に少なくなってきたため、悪くなっている。  |            |   |
| 電気機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き           |                      |            | ・今月は過去10年間で最悪の売上である。仕事の量が減っていることと、値引き要求が激しいためである。  |            |   |
| 精密機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き           |                      |            | ・前月よりも、更に受注量が10%以上落ち込んでいる。   |            |   |
| 輸送用機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き           |                      |            | ・中国やヨーロッパではないが、今、経済が減速しているため、工場などでも生産量がなく、そのため関連している工具屋、油屋、産業廃棄物処理業者など、結局、くずが出ないため連鎖反応である。デフレスパイラルがもうずっと続いているため、皆、顔色が良くない。仕事がない、量がないなど、良い話は聞かない。 |            |   |
| 建設業（経営者）             | 受注価格や販売価格の動き         |                      |            | ・政治が不安定すぎる。また、円高のため、悪くなっている。   |            |   |
| 建設業（経営者）             | 受注価格や販売価格の動き         |                      |            | ・商品が売れない。  |            |   |
| 金融業（支店長）             | 取引先の様子               |                      |            | ・日銀が当面の金融緩和、低金利政策の継続を表明したにもかかわらず、個人、法人からの資金需要は出てきていない。   |            |   |
| その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | 受注量や販売量の動き           |                      |            | ・取引先工場などの統廃合、移転、廃業が、秋以降、目立ってきている。残っている所でも稼働率が低下しており、取引量が少なくなっている。  |            |   |
| 雇用関連<br>(南関東)        | 良くなっている<br>やや良くなっている | -                    | -          | -  |            |   |
|                      |                      | 人材派遣会社（社員）           | 求人数の動き     | ・解散・総選挙に伴い、マスコミ、自治体等から問い合わせや年末の販売応援など、短期的な求人が増加している。   |            |   |
|                      |                      | 人材派遣会社（支店長）          | それ以外       | ・年末に向けて派遣の依頼数が増えてきている。依頼背景では、社員の後任として代替を派遣で入れるというケースが増えている。  |            |   |
|                      |                      | 求人情報誌製作会社（編集者）       | 採用者数の動き    | ・新卒採用においては、ここ数年間の採用手控えの反動で、前年より採用を増やす企業が多くなっている。大手企業を含め、量販店や専門店の販売職種、中堅企業の営業職などが目立っている。  |            |   |

| 分野 | 景気の現状判断        | 業種・職種           | 判断の理由           | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|----------------|-----------------|-----------------|---|
|    |                | 学校〔短期大学〕（就職担当）  | 求人数の動き          | ・業界によってではあるが、保育系の求人票は増え続けている。景気は回復していないと思うが、4月以来の開拓により、数件ではあるが、実績から求人したいので学生を応募させてほしいとの声が入ってきている。 |
|    | 変わらない          | 人材派遣会社（社員）      | 求人数の動き          | ・どの業種も求人数が特に増えているというものはない。さらに、正社員よりも派遣、パート、アルバイトに頼るといふ企業が増えているようである。                              |
|    |                | 人材派遣会社（営業担当）    | 求人数の動き          | ・求人はあるものの、採用すべきかを冷静に判断し、必要数よりも少なめに厳選して採用活動を行っている企業が複数見られる。  |
|    |                | 人材派遣会社（営業担当）    | 求人数の動き          | ・求人数は若干増えてきているが、景気が回復していると言えるほどではない。  |
|    |                | 人材派遣会社（営業担当）    | 採用者数の動き         | ・求人数は増えてきているが、時期的なものなのか応募者数が減っており、採用に結びつかない。  |
|    |                | 求人情報誌製作会社（営業担当） | 求人数の動き          | ・新規の取引数が伸びていない。   |
|    |                | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き          | ・新規求人数は前年同月比12%の増加が見込まれており、7か月連続で増加している。  |
|    |                | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き          | ・一般、パートの新規求人数が共に前年比で増加しており、IT、医療、サービス職で特に増加傾向にある。   |
|    |                | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き          | ・求人数は堅調であるが、職種等、求職者の希望とのミスマッチが大きくなっている。   |
|    |                | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き          | ・前年よりは求人は増え、求職者は減っている。しかし、採用数は落ちている。やはり景気は、下に向かっているのではないかという気がする。                                 |
|    |                | 民間職業紹介機関（経営者）   | 採用者数の動き         | ・国内需要の改善が見られないため、積極的な求人依頼がないが、専門領域に精通した海外業務経験者については、海外事業の拡大、強化のため求人依頼が多い。                         |
|    |                | 民間職業紹介機関（職員）    | 採用者数の動き         | ・採用者数や求人数の推移でみれば、大きく数値が下がってきていないためである。  |
|    |                | 学校〔専修学校〕（就職担当）  | 求人数の動き          | ・求人獲得数は前年同月比で大きな増減はなく、雇用環境が好転している感覚はない。   |
|    |                | やや悪くなっている       | 求人情報誌製作会社（広報担当） | 求職者数の動き   |
|    | 新聞社〔求人広告〕（担当者） |                 | 求人数の動き          | ・今月は倒産が2社、廃業が1社、今までより募集をしなくなった所が5社、それに対して新規が15社で、そのうち大口が3社あったが、減少したユーザーを上回るものではなく、全体的に減少気味である。    |
|    | 悪くなっている        | —               | —               | —   |

## 5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野             | 景気の現状判断   | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|-----------|----------------|--|---|
| 家計動向関連<br>(東海) | 良くなっている   | スーパー（店長）       | 来客数の動き   | ・自店から2キロメートルほどの距離に、新規の競合他社が出店し、さらに、そのすぐ近くに競合他社が閉店した。そのことによると思われるが、来客数が増加に転じ始めている。 |
|                | やや良くなっている | 商店街（代表者）       | お客様の様子   | ・この季節は、寒くなってくると商品が動くため、良いのか悪いのか一概には言えないが、景気はやや良い。                                 |
|                |           | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 販売量の動き   | ・当地では遷宮を控え、参拝客数が増えている。そのお陰で、やや良い。   |
|                |           | 百貨店（販売促進担当）    | 来客数の動き   | ・クリスマス・歳暮需要の来客が増えてきており、全館通してにぎわいを見せている。それに伴い売上高も堅調に推移している。                        |
|                |           | スーパー（総務担当）     | 販売量の動き   | ・今月の平均気温が前年同月より低く、生鮮食品では野菜を除く鮮魚・生肉、加工食品の鍋物、冬物商品がよく売れている。                          |
|                | 家電量販店（店員） | 販売量の動き         | ・寒冬となり暖房機の売行きが堅調である。タブレットPCの売行きも良い。テレビの売上減少を補っている。 |   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-------------------|---------|---|
|    |         | 乗用車販売店（経営者）       | 来客数の動き  | ・冬支度に入ったため、やや良い。  |
|    |         | スナック（経営者）         | 来客数の動き  | ・11月後半の週末だけであるが、多少来客数の動きが増えている。   |
|    |         | 都市型ホテル（従業員）       | 来客数の動き  | ・現在のデフレ経済下で強い会社の宿泊が多いように思う。   |
|    |         | 都市型ホテル（支配人）       | 来客数の動き  | ・短期的には、レジャー、ビジネスとも宿泊需要は高い。宴会需要は、依然として低迷している。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）        | お客様の様子  | ・年末年始の申込が例年より悪い気がするものの、韓国・中国向けが少しずつ回復傾向にある。   |
|    |         | タクシー運転手           | 来客数の動き  | ・タクシー代を惜しまない富裕層の利用が、11月後半になって増えてきている。   |
|    |         | 通信会社（サービス担当）      | 販売量の動き  | ・料金の値下げによって、申込が増加している。  |
|    |         | ゴルフ場（企画担当）        | 来客数の動き  | ・今月の来場者数は、ほぼ予算どおりである。10月、11月はゴルフシーズンでもあり、予算も高くなっているが、予定どおりの入場者数のため、良く入っていると云える。天候にも恵まれ、10月、11月と順調である。 |
|    | 変わらない   | 商店街（代表者）          | 販売量の動き  | ・例年、歳暮時期を迎え出荷量が増えるが、今年に限っては9月以降の落ち込みをカバーできず、前年同月比5%ほど減少している。  |
|    |         | 商店街（代表者）          | 来客数の動き  | ・会社関係・事業所関係等、仕事関係の来客数が本当に少なくなっている。  |
|    |         | 一般小売店〔高級精肉〕（企画担当） | 販売量の動き  | ・まだまだ食品業界には不況風が吹かない。  |
|    |         | 一般小売店〔薬局〕（経営者）    | 販売量の動き  | ・景気の良いときは、例えばかぜ薬の他にプラスワンで栄養剤などが売れたが、最近は必要最小限の小包装が主に売れ、なかなか客単価が上がらず、売上も増えない。                           |
|    |         | 一般小売店〔土産〕（経営者）    | 来客数の動き  | ・連休時は大混乱するほどの人出であったが、それ以外の時期は人出が少ない。人の気持ちも冷めている。売上が前年同月を5%ほど割り込んでいる。                                  |
|    |         | 一般小売店〔生花〕（経営者）    | 販売量の動き  | ・例年この時期は路地に花が咲くので生花があまり売れないが、今年はそれが顕著である。   |
|    |         | 一般小売店〔酒類〕（経営者）    | 来客数の動き  | ・飲食店への来客数が依然として悪い。改善する材料が見出だせないところが多い。  |
|    |         | 百貨店（売場主任）         | お客様の様子  | ・今までと変わらず、購入には慎重で、必要最低限の物しか買わない。  |
|    |         | 百貨店（経理担当）         | お客様の様子  | ・11月になり、気温も低下して冬物衣料品がようやく動き出している。お歳暮商戦が本格的にスタートしたが、来客数・客単価共に減少・下落傾向にある。総選挙等の影響も今後出てくる。                |
|    |         | 百貨店（販売担当）         | お客様の様子  | ・高額品や期間限定の販売物を扱う競争相手が近隣になく、変わらず好調である。その他は、今必要な物しか購入しない状況である。  |
|    |         | 百貨店（営業企画担当）       | 来客数の動き  | ・来客数は前年同月比で微増である。商圏内の来街者は前年同月並みであり、また、周辺の大規模商業施設も前年同月比増加で推移している。                                      |
|    |         | スーパー（経営者）         | 販売量の動き  | ・もっと良くなると期待していたが、変わらない。近隣の観光施設の駐車場がすべて有料になったことが要因かと考えている。   |
|    |         | スーパー（店長）          | 販売量の動き  | ・客単価は前年同月比96%前後と低迷が続いている。少量や使い切りのものなど、無駄なく買物をする傾向が強い。衣料品についても、低価格で品質の良いものが増えているが、バーゲンにならないと動かない。      |
|    |         | スーパー（店長）          | 競争相手の様子 | ・チラシの価格をみると、強烈に値下げしてきている。当店も良くはないが、他店ももっと厳しいと推測できる。これから年末年始になるので、この傾向は強くなる。                           |
|    |         | スーパー（営業担当）        | 単価の動き   | ・買上単価が上がらず、依然として厳しい。前年同月比でも芳しくない。余分なものを買わない志向が続いている。  |
|    |         | スーパー（販売促進担当）      | お客様の様子  | ・今月の前半はセール予告で数字が良かったが、月末までに失速している。累計では前月と変わらず推移する見込みである。  |

| 分野             | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |  |
|----------------|---------|-----------------|--|---|--|
|                |         | コンビニ(企画担当)      | 来客数の動き   | ・物の行き来、人の行き来が良くならない限り、景気は良くならない。それを阻害するものを減らしていかない限り、むしろ、長期で低迷する可能性が高まっている。                         |  |
|                |         | コンビニ(店長)        | 来客数の動き   | ・当店の立地から考えて、夜の客がもう少し来店してくれればと思うが、最近は客足が良くない。特に、最終電車以降の時間帯は段々少なくなっている。                               |  |
|                |         | 衣料品専門店(経営者)     | 来客数の動き   | ・客の来店回数が以前より少なくなっているうえ、客単価も落ち込んできている。今まで値段のことを言わなかった人も、値段を気にするようになってきている。                           |  |
|                |         | 乗用車販売店(従業員)     | 販売量の動き   | ・新車販売は、前年同月を大幅に下回り、厳しくなっている。エコカー補助金が終わり、販売台数が大幅に減少している。   |  |
|                |         | 乗用車販売店(従業員)     | 来客数の動き   | ・販売量の動きから判断して、良くも悪くも、上でも下でもなく、前月と変わっていない。   |  |
|                |         | 乗用車販売店(販売担当)    | 来客数の動き   | ・輸入車に関しては、他メーカーと異なり、ディーゼルエンジン車の販売が好調である。全体的には輸入ディーゼルエンジン車ほど良いとは言えないが、比較的好調である。                      |  |
|                |         | 住関連専門店(営業担当)    | 販売量の動き   | ・消費税増税前の駆け込み需要で、リフォーム・改修工事等が少しずつ始めている。公共工事・民間の設備投資は少なめで、あまり変わらない。                                   |  |
|                |         | その他専門店[雑貨](店員)  | お客様の様子   | ・客は商品について、売り出し価格なのか定価なのか、どこよりも安いのかそうでないのか、よく見極めている。   |  |
|                |         | 一般レストラン(従業員)    | 来客数の動き   | ・相変わらず景気は低いレベルで推移しており最悪である。客の入りもさっぱりで、夜10時以降、客がいない状態である。  |  |
|                |         | その他飲食[仕出し](経営者) | 販売量の動き   | ・総選挙を前に、今後の消費税増税などの問題がどうなるのか、様子見的な手控え感がある。  |  |
|                |         | 観光型ホテル(販売担当)    | 来客数の動き   | ・前月に引き続き、訪日外国人についての影響は最小限に食い止めている。婚礼の大幅な減少も一般宴会で補い、なんとか予算は達成するものの、実績としては前年同月より低いため、そうは喜べない。         |  |
|                |         | 都市型ホテル(営業担当)    | 販売量の動き   | ・ホテル宴会場を使つての法人営業は3か月前と変わらず推移している。低い所で横ばいの状況である。   |  |
|                |         | タクシー運転手         | 来客数の動き   | ・11月末になっても、夜の繁華街に人出が少ない。12月のボーナスをあてに、11月末は忙しい時もあるが、今年は人出がない。今年はボーナスが20~30%減少という声を客からよく聞くため、そのせいもある。 |  |
|                |         | 通信会社(企画担当)      | 販売量の動き   | ・解約数こそ増えてはいないものの、新規契約は依然として厳しい。新規契約者も、低価格サービスを選択する客が圧倒的に多くなっている。                                    |  |
|                |         | 美顔美容室(経営者)      | お客様の様子   | ・今までホームケアを買上の客で、買い渋る人が増えてきている。  |  |
|                |         | 美容室(経営者)        | お客様の様子   | ・客のなかで、上手に節約しながらレジャー等を楽しむ傾向があるため、景気は良くなっているように見えるが、経済的には難しい。  |  |
|                |         | 住宅販売会社(従業員)     | 販売量の動き   | ・業者発注価格がかなり上がってきている。しかし、受注価格は下降傾向にある。   |  |
|                |         | 住宅販売会社(従業員)     | お客様の様子   | ・いまだ、新築住宅購入への意欲に積極性はない。   |  |
|                |         | やや悪くなっている       | 商店街(代表者)   | 単価の動き   | ・1,000円以上商品と1,000円未満商品の販売比率が初めて逆転した。来客数・箱単位販売数の変化はあまり無いが、購買単価だけは落ちてきている。 |
|                |         |                 | 一般小売店[自然食品](経営者)   | 単価の動き   | ・販売量も前年同月に比べ減っており、単価の低いものへ移っている。   |
| 一般小売店[時計](経営者) | 来客数の動き  |                 | ・客単価が低い。   |   |  |
| 一般小売店[食品](経営者) | お客様の様子  |                 | ・季節限定商品が比較的良好に売れており、前年同月の実績をなんとかクリアできそうである。しかし、前月に続き、来客数がもう一息のところまで達成できていない。客の話を聞いても、ボーナスは額の問題ではなく、出してもらえないことで納得しているという厳しい現状がある。 |   |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-----------------|--------|---|
|    |         | 一般小売店〔書店〕（経営者）  | 単価の動き  | ・10月の悪さよりは持ち直しているが、客の購買行動は良くない。12月に総選挙が始まるが、政治家が右往左往していることから、客がどんどん白けている様子が見られ、期待が持てない。この総選挙が良いのかどうか、心配になっている。欲を言えば、この総選挙で皆の気持ちががらっと変わってほしい。                          |
|    |         | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | お客様の様子 | ・11月はお歳暮の早期キャンペーンによる早取りの期間である。例年では、安いため早く来てたくさん買うというように、防衛面で早期に利用されていたが、今年は自粛傾向がある。客の来店が少なくなり、買い控えや、付き合いを減らす傾向が強まっている。個人、法人共に贈答品の贈の部分にセーブしている。残念だが全体的に売上が3か月前から減っている。 |
|    |         | 百貨店（売場主任）       | お客様の様子 | ・今月前半は結構良かったが、後半になると買物をする客が少ない。連休の時、お歳暮を買いに来る客が、自分のものは買わずにお歳暮のみ買っているようで、紙袋を持っている客が少ない。  |
|    |         | 百貨店（経理担当）       | 販売量の動き | ・11月の衣料品販売は、前半は好調であったが、後半には失速し、全体としては10月に続き良くない。食品は、おおむね好調である。  |
|    |         | 百貨店（販売担当）       | お客様の様子 | ・ついで買い、衝動買いのような、目的のない購買は引き続き厳しい。目的のあるものに関しても、吟味し、絞り込んで、さらに値段も考えての購買になっている。生活を楽しむというよりも、生きていくために最低限必要なものを購入している状況になっている。   |
|    |         | 百貨店（販売担当）       | 販売量の動き | ・ボーナス需要が少なく、また、客単価も低い。製造業の中国問題による影響が大きい。  |
|    |         | 百貨店（経営企画担当）     | お客様の様子 | ・スーパーなどの値下げが激しくなるなかで、百貨店の衣料品に関する動きが鈍くなっている。価格に対する消費者の意識がさらに強まっており、販売単価が下がっている状況である。   |
|    |         | スーパー（経営者）       | お客様の様子 | ・今月20日頃から冬物商戦が始まったばかりなのに、売上不振のため、早くもディスカウントセールが始まっている。地元で人気のうどん屋では、色々な割引があり、少しでもお買得になるよう努力している。また、総選挙が予定され、レストラン等に行く人が少なくなっていると店主が言っている。消費の低迷が進み、今月の景気は良くない。          |
|    |         | スーパー（経営者）       | お客様の様子 | ・中小顧客であるスーパーや八百屋が、皆11月に入り来客数、客単価共に数%落ち、売上が2けた減少というところが多いと聞く。  |
|    |         | スーパー（店長）        | 単価の動き  | ・単品単価の下落がまだまだ止まっていない。それをカバーする点数が増加していないため、客単価も下がっている。また、高額商品についてはさらに動きの悪い状態である。   |
|    |         | スーパー（店員）        | 単価の動き  | ・この地方の名産である富有柿を贈答品として贈る客が数多く見受けられ、売上増加の一端を担っている。みかんも低価格傾向なので、買い渋る気配はなさそうである。  |
|    |         | スーパー（店員）        | 単価の動き  | ・単価の安いものだけを選んで買物をしている状況が続いている。  |
|    |         | スーパー（店員）        | 販売量の動き | ・買物に来ている客が、必要なものを必要なだけしか買っていかない。1人当たりの買上点数が、3か月前と比べて少し減っている。  |
|    |         | スーパー（販売担当）      | 来客数の動き | ・近くに競合店ができてから、土日の客がめっきり減っている。   |
|    |         | スーパー（商品開発担当）    | 販売量の動き | ・低価格プライベートブランドを投入したカテゴリーは買上点数が上昇しているが、単価が下がって結果的に売上につながっていない。満遍なく売上が減っており、厳しい状況が続いている。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | それ以外   | ・売上は前年同月を下回り、客は価値があると感じる商品しか購入しない傾向がある。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | 来客数の動き | ・新店オープンしても、想定している来客数をなかなか呼び込めない。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | 来客数の動き | ・キャンペーン等により、単価の下げ止まりができてはいる。しかし、特に10月から来客数減少が大きく影響し、売上が下降傾向である。   |
|    |         | 家電量販店（店員）       | 単価の動き  | ・全体的に景気が悪くなってきている。単価競争や同業者間の競争が熾烈になっている。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種         | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|---------------|--------|---|
|    |         | 乗用車販売店（経営者）   | お客様の様子 | ・購買意欲の低下がうかがえる。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）   | 販売量の動き | ・軽自動車需要そのものは衰えていない。しかし、3か月前はエコカー補助金がまだ有効だったので駆け込み需要があったが、現在はそれもない。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）   | お客様の様子 | ・全体的に良くない。客の様子から言っても、景気が良くない。車を進んで買おうという人が少ない。前月に引き続き良くない。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）   | 販売量の動き | ・今月に入って車の受注台数が前年同月割れとなり、目標未達を起こしている。来客数も前年同月に比べて落ち込んでいる。大型車種も売れず、3月の決算セールを前に買い控えている様子もうかがえるので、しばらくは厳しい状況が続く。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）   | 販売量の動き | ・エコカー補助金の終了以降、来客数が増えない。客は、今の景気では、事故で車がつぶれるような事でもなければ、なかなか車を買換えようとは思えないと言っており、環境の厳しさを実感する。   |
|    |         | 乗用車販売店（総務担当）  | 販売量の動き | ・エコカー補助金の終了による反動が起こっている。  |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・月ごとの変動をならしてみると、夏以降、来客数は減少傾向にある。前年夏の放射能問題による来客数減少の反動増という要因も無くなり、来客数・客単価共に前年同月並みの水準で止まっている。  |
|    |         | スナック（経営者）     | 来客数の動き | ・繁華街は人通りも少なく、景気が悪いなか、客の財布のひもは依然として固いままである。個人客も最近利用回数が減ってきている状態で、売上は減る一方で良くない。   |
|    |         | 観光型ホテル（経営者）   | 来客数の動き | ・3か月前は8月で、夏休みの家族客が新東名を使って来たため、1か月間で伸びがあった。しかし最近になり、総選挙に対しての様子見なのか、客足が鈍くなってきている。3か月前と比べてやや悪くなっている。   |
|    |         | 都市型ホテル（経営者）   | 来客数の動き | ・客の予約の直近化傾向が強まっている。   |
|    |         | 旅行代理店（経営者）    | 単価の動き  | ・客の動きも悪い上に、単価の安いものが集中している。その反面、高額な商品も売れているので、旅行の客層も上下に分かれ、中間層がない。   |
|    |         | 旅行代理店（経営者）    | お客様の様子 | ・年末年始の旅行受注は、例年になく好調であったが、ここにきて客の都合による大口のキャンセルが発生している。原因は、客の会社が中国問題で受注が激減し、見通しが全く立たないためだという。キャンセル料を払ってでも、キャンセルした方がよいという判断である。このような事例も発生しているので、単に年末年始の受注が増えたからと言って、景気は上向いてはいない。 |
|    |         | 旅行代理店（従業員）    | 来客数の動き | ・受付方法を少し変えたこともあるが、年末年始にかけての帰省を含めた旅行自体が、減っている。   |
|    |         | 旅行代理店（従業員）    | お客様の様子 | ・しばらくは底辺での横ばいという感じであったところへ、年内総選挙が決まったことにより、官公庁の忘新年会や職員旅行などの団体旅行が減少し、一般の旅行意欲も低下している。海外旅行も、中国を中心に減少したまま戻ってこない。  |
|    |         | タクシー運転手       | 来客数の動き | ・昼間のタクシー利用も減少してきている。例年11月20日以降に始まる忘年会もほとんど目立たず、夜の繁華街は活気がなく静かである。  |
|    |         | タクシー運転手       | お客様の様子 | ・相変わらず夜の客の動きが悪い。振り返ると、お盆以降売上が0.5%~10%ほど、ずっと落ち込んでいる状態が続いている。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）    | それ以外   | ・街中にも活気が無く、新聞紙上でも明るさを感じる記事がほとんど見当たらない。国道端でもガソリンスタンドでも、閉鎖している場所も多く、大人の遊技場と言われるパチンコ店も、あちこちに閉店した店が見受けられる。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）    | 単価の動き  | ・現在、固定電話の廃止が増加していることにより、売上が減少している。  |
|    |         | テーマパーク（職員）    | 来客数の動き | ・今月は来客数、客単価共に下げた状況である。天候等の要素もあったものの、やや悪くなっている。  |
|    |         | 観光名所（案内係）     | お客様の様子 | ・特にいつもと変わりはないが、来客数が減っている。   |



| 分野             | 景気の現状判断   | 業種・職種                                | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|-----------|--------------------------------------|------------|--|
|                |           | パチンコ店（経営者）                           | 販売量の動き     | ・来客数の動きがやや悪い。  |
|                |           | 理美容室（経営者）                            | 来客数の動き     | ・客があまり来てくれない。  |
|                |           | 住宅販売会社（従業員）                          | 販売量の動き     | ・販売量が落ちている。他社の動きは不明なので、業界的に減少しているのかは不明であるが、例年同月より落ち込んでいる。  |
|                |           | その他住宅〔住宅管理〕（従業員）                     | お客様の様子     | ・来客数は変わらないが、商談がなかなか良いところまでいかない。物件は探す、なかなか決めない状況の客が多い。消費税率が上がるまでに決めればよいと、長いスパンで考えているようである。            |
|                | 悪くなっている   | 商店街（代表者）                             | 販売量の動き     | ・発注の件数、売上共に激減している。例年、11月は比較的売上の多い月であったが、もう過去のことであり、今後はそのような傾向もなくなるのだろう。仕入先の営業担当の話でも、売上は相当減っているようである。 |
|                |           | 一般小売店〔結納品〕（経営者）                      | 販売量の動き     | ・とにかく来客数が少なく、販売量が非常に減少している。  |
|                |           | コンビニ（エリア担当）                          | 来客数の動き     | ・来客数の前年同月比が月を追うごとに悪くなっている。競合店ができた店舗はもちろん、周辺環境が変わっていない店舗でも、前年割れが出てきている。                               |
|                |           | コンビニ（店長）                             | 来客数の動き     | ・来客数と共に客1人当たりの買上単価が低下している。これは、寒くなってきて飲料水が出なくなったためである。  |
|                |           | 衣料品専門店（販売企画担当）                       | 販売量の動き     | ・販売量が激減している。10年以上商売をしていて、全く何も売れない日があったのは初めてである。  |
|                |           | 家電量販店（店員）                            | 来客数の動き     | ・政治が落ち着かず、世の中が不安定な状態であるため、客の買い控えが起きている。エコポイント終了による谷から徐々に回復基調にあったところに、経済が悪化傾向に向き始めているようで、非常に危機感を覚える。  |
|                |           | 乗用車販売店（従業員）                          | 販売量の動き     | ・エコカー補助金が終了してからは、売行きがガタンと落ち込んでいる。  |
|                |           | その他専門店〔貴金属〕（店長）                      | それ以外       | ・前月に比べると、特に売上は落ちている。消費者の低価格志向は変わっておらず、同乗者も悲鳴を上げている。次の与党に期待している。                                      |
|                |           | 旅行代理店（経営者）                           | それ以外       | ・近所の喫茶店の経営者がもう仕事を止めたいとこぼしている。全く来客がなくなってしまっている。企業数も半減しているし、当社も客単価がどんどん下がっており、旅行業自体が成り立っていない。          |
|                |           | テーマパーク（職員）                           | お客様の様子     | ・中国人の入場者はほとんどない。日本人の団体客もほとんどない。  |
| 美容室（経営者）       | それ以外      | ・今までにないほど今月は暇である。何が原因かさっぱり分からず困っている。 |            |  |
| 美容室（経営者）       | 競争相手の様子   | ・景気も良くなく、将来の不安で、客がお金を使わなくなっている。      |            |  |
| 理容室（経営者）       | お客様の様子    | ・相変わらず景気の良い話はない。どんどん安い店に流れる。         |            |  |
| 住宅販売会社（経営者）    | 競争相手の様子   | ・売行きが悪い。単価を下げても今一つの状況である。            |            |  |
| 企業動向関連<br>(東海) | 良くなっている   | 電気機械器具製造業（経営者）                       | 受注量や販売量の動き | ・年末にかけて、パラー業界の設備投資・新店計画が増えたために、受注量が増える。特に当社商品の販売が多くなっている。  |
|                | やや良くなっている | 紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）                   | 受注量や販売量の動き | ・中国向け自動車部品梱包用段ボールの販売量が急激に減少していたが、11月に底を打ち、12月中旬からの受注見込みがやや回復している。                                    |
|                |           | 一般機械器具製造業（経理担当）                      | 受注量や販売量の動き | ・海外の電子部品メーカー及び電気部品メーカーの動きが、底を打っている。  |
|                |           | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）                   | 取引先の様子     | ・客先の生産計画スケジュールから判断して、やや良い。   |
|                |           | 経営コンサルタント                            | 取引先の様子     | ・中古の売れ残り住宅が、ずいぶん取引されてきている。消費税増税前の駆け込み需要の動きははっきり見られる。   |
|                |           | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）                  | 取引先の様子     | ・大手自動車メーカー系の客において、IT開発が継続して発生している。   |

| 分野                          | 景気の現状判断        | 業種・職種                    | 判断の理由            | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------------------------|----------------|--------------------------|------------------|--|
| 変わらない                       |                | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営<br>者） | 受注量や販売量<br>の動き   | ・忘新年会企画で広告掲載した飲食店では、年内総選挙が決まって以降、忘年会の予約キャンセルが入っている。行政関係の客は特に顕著であるという。こんな所にも、総選挙による経済へのマイナス効果がある。         |
|                             |                | 化学工業（総務<br>担当）           | それ以外             | ・震災関係の需要が、売上を増やしている。   |
|                             |                | 化学工業（企画<br>担当）           | 受注量や販売量<br>の動き   | ・国内受注が月割り予算を下回る傾向は、変わっていない。欧州での売上は低調である。米国及び中国のみ予算を上回っているが、中国に関しては政情から、予測できない部分が多い。                      |
|                             |                | 化学工業（人事<br>担当）           | 受注量や販売量<br>の動き   | ・日本では後発薬への信頼性の不安から、海外と比べ普及がスローであったが、最近では値段が安いことを重視し、新薬から後発薬への切替えが徐々に増えてきている。                             |
|                             |                | 窯業・土石製品<br>製造業（社員）       | 取引先の様子           | ・取引先の中には、稼働率が半分に落ち込んでいるところがあり、全体的には20%ほど落ち込んでいる印象がある。中国への輸出が、先方でストップしているという話も多い。                         |
|                             |                | 鉄鋼業（経営<br>者）             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・通常の年であれば、他の月に比べて月商が1割から2割程度多く見込める月であるが、今年はほとんど横ばいであり、実質的には売上減少になっている。                                   |
|                             |                | 金属製品製造業<br>（従業員）         | 受注量や販売量<br>の動き   | ・工場の生産能力を上回る受注が入っているが、その傾向がこの2年間は特に顕著である。製造元が減っているかと思う。その割には価格上昇が見えてこず、安値受注が横行している。                      |
|                             |                | 一般機械器具製<br>造業（営業担<br>当）  | 受注量や販売量<br>の動き   | ・北米市場では10月から新会計年度が始まったが、引き合い件数も増えず、受注金額がかつてないほど低調なまま推移している。中国を始めとするアジア市場も、引き合い件数、受注金額共に低調である。            |
|                             |                | 電気機械器具製<br>造業            | 取引先の様子           | ・設備投資意欲は停滞している。  |
|                             |                | 建設業（経営<br>者）             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・不動産開発業では、マンション・戸建共に来場者数が一時期より少し停滞気味である。   |
|                             |                | 建設業（営業担<br>当）            | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・入札関係等の雇用費及び処分費の設定値が、1%弱ずつ下がっている。  |
|                             |                | 輸送業（エリア<br>担当）           | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・売上金額で前年は9.8%減少、今年は0.9%減少となり、前年同月比較で8.9ポイント良くなったように見えるが、前年の10月からは売上の伸び率が止まってしまっている。今年の7月からは前年同月割れが続いている。 |
|                             |                | 輸送業（エリア<br>担当）           | 受注量や販売量<br>の動き   | ・3か月前のお盆の時と比べ、今の荷物の取扱量は変わっていない。景気は3か月前と変わらず、悪いままである。   |
|                             |                | 金融業（企画担<br>当）            | 取引先の様子           | ・為替が円安方向に進んでおり、企業業績へのプラスの影響や個人投資家の投資意欲も回復しつつあるが、上向きというほどでもない。  |
|                             |                | 不動産業（経営<br>者）            | 受注量や販売量<br>の動き   | ・総選挙に絡み、問い合わせ等が減っている。  |
|                             |                | 不動産業（管理<br>担当）           | 取引先の様子           | ・ここ3か月全く動きがなく、以前と変わらない。  |
|                             |                | 不動産業（開発<br>担当）           | 受注量や販売量<br>の動き   | ・一部消費税増税に向けた駆け込み需要の動きがあるものの、政府施策が不透明ななかで、現時点において特に大きな変化は感じられない。  |
|                             |                | 広告代理店（制<br>作担当）          | 取引先の様子           | ・出稿量等はそれほど変わっていないが、受注があっても見積の時点で金額を削られてしまう状態が続いている。  |
|                             |                | 新聞販売店〔広<br>告〕（店主）        | 受注量や販売量<br>の動き   | ・例年11月はチラシが最も多い月であるが、10%ほど減っている。   |
|                             |                | やや悪く<br>なっている            |                  | 食料品製造業<br>（経営企画担<br>当）   |
| パルプ・紙・紙<br>加工品製造業<br>（総務担当） | 受注量や販売量<br>の動き |                          |                  | ・特に中国問題の悪化により中国向けが悪く、それに伴い、関連する受注量・販売量が減少している。   |
| 金属製品製造業<br>（経営者）            | 受注量や販売量<br>の動き |                          |                  | ・受注量が減少している。   |
| 電気機械器具製<br>造業（企画担<br>当）     | 受注量や販売量<br>の動き |                          |                  | ・欧州向けの販売は低迷したままであるし、加えて、中国での売上も減少している。   |

| 分野                  | 景気の現状判断       | 業種・職種               | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|---------------------|---------------|---------------------|--------------|--|
|                     |               | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 受注価格や販売価格の動き | ・中国問題などで影響が出始めている。   |
|                     |               | 輸送業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・総合スーパーやホームセンター向けの物量が低迷しており、さらに単価の低いものの割合が多いために、売上も減っている。消費者の買い控えが顕著なためと思われる。                                |
|                     |               | 輸送業（エリア担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・中国関係の貨物が減っている。  |
|                     |               | 通信会社（法人営業担当）        | それ以外         | ・7～9月のGDP3.5%減、輸出5%減、設備投資3.2%減（米国の大手金融機関の破たん時は5.5%減）、貿易赤字5,000億円、生活保護215万人等の情報から、やや悪い。                       |
|                     |               | 金融業（法人営業担当）         | 取引先の様子       | ・エコカー補助金終了に伴い、国内自動車販売の反動減による地元自動車メーカーの生産減少を映じ、部品メーカーの受注も減少している。  |
|                     |               | 公認会計士               | それ以外         | ・会計事務所のクライアントの業績が向上傾向にない。また、経営改善計画を金融機関に提出している会社で、実績値が計画に届いていない会社が多い。  |
|                     |               | 会計事務所（職員）           | 取引先の様子       | ・小売店の販売形態がネット販売に主力を置くようになっていて、前年同月と比較すると大きく変わっている。特に食品関係では原価を切った販売が目立っている。ネット販売は今後さらに注目を浴びる形態であり、競争激化は間違いない。 |
|                     |               | 会計事務所（社会保険労務士）      | 取引先の様子       | ・大手自動車メーカー関連の企業が休業を実施している。自社が自動車関連の製品を作っていると意識していないくらいの下請企業も多いが、どこも受注が減少している。                                |
|                     |               | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | 取引先の様子       | ・飲食店は、安い店には客がいるが少ない。日本全体に不況感が蔓延している。各工場においても、生産は7割ほどしか戻ってきていない。年末に向け少しは上昇すると思うが、経営的には非常に厳しい状態である。            |
|                     |               | 悪く<br>なっている         |              | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当）   |
| 輸送業（従業員）            | 受注量や販売量の動き    |                     |              | ・自動車関連の物流や中国関係の物流が低調である。名古屋港でコンテナを扱う会社から、仕事が減って給料が減ったため転職をしないと、在職中のドライバーが面接に応募してきたことから、物流は低調であると言える。         |
| 金融業（従業員）            | 取引先の様子        |                     |              | ・自動車関連の会社が多いが、中国問題の影響か、生産自体を減らしたり、月で数日の休みをつくったりして、稼働させていない会社が多くなってきている。今後の見通しも立っておらず、景気は明らかに悪い。              |
| その他サービス業〔広告印刷〕（従業員） | 受注量や販売量の動き    |                     |              | ・低迷状態がずっと続いているが、特に今月は全くと言ってよいほど動きがない。  |
| 雇用<br>関連<br>(東海)    | 良く<br>なっている   | —                   | —            | —  |
|                     | やや良く<br>なっている | 人材派遣会社（社員）          | 求人数の動き       | ・ブライダルシーズンで週末は婚礼が好調であることに加えて、今月末には法人関係の忘年会が入り始め、良くなっている。   |
|                     |               | 人材派遣会社（営業担当）        | 採用者数の動き      | ・新卒の内定率からも類推されるように、雇用状況がやや改善に向かっている。   |
|                     |               | 人材派遣会社（支店長）         | 求人数の動き       | ・3か月前と比べて、求人数は170%増加、季節要因を差し引いても120%増加している。2か月連続での増加傾向であり、やや改善が見られる。   |
|                     | 変わらない         | 人材派遣会社（経営企画）        | 採用者数の動き      | ・客からの需要はおう盛であるが、採用市場は売手市場となっており、当社基準を満たす優秀な人材の採用競争が、厳しくなっている。  |
|                     |               | 人材派遣会社（経営者）         | 求人数の動き       | ・当地では、ほとんど求人の動きがない。名古屋・東京・大阪ではある程度あるが、地方にはほとんどないのが現状である。   |
|                     |               | 人材派遣会社（営業担当）        | 周辺企業の様子      | ・県内の大手メーカーの工場閉鎖により、失業者が増加する見込みである。   |
|                     | やや悪く<br>なっている | 人材派遣会社（社員）          | それ以外         | ・消費税増税の動きに対する、金融業界の固定費削減による雇用抑制や、中小企業金融円滑化法の終了の影響で、やや悪い。   |

| 分野        | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------|---------|-------------------|--|--|
|           |         | 人材派遣会社（社員）        | 求職者数の動き  | ・企業の早期退職制度を利用した、早期退職者の数が増えている。   |
|           |         | 人材派遣会社（営業担当）      | 周辺企業の様子  | ・取引先の手電機メーカーからの技術者派遣の引き合いの減少に加え、自動車メーカーの技術投資が抑制されている傾向が感じられる。  |
|           |         | アウトソーシング企業（エリア担当） | それ以外   | ・エコカー補助金が終了し、新車販売台数の伸び悩みに伴って自動車の生産調整が行われているため、景気はやや悪くなっている。  |
|           |         | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）   | 求人数の動き   | ・医療、看護、介護系以外の求人件数は、総じて減少傾向にある。特に製造業の求人は厳しい状況にある。   |
|           |         | 職業安定所（所長）         | 求人数の動き   | ・新規求人数は、前月と比較して約10%程度減少している。自動車部品等の製造を行っている4次、5次下請事業所は、円高や海外の諸事情の影響を受けて取引先からの受注が10%以上減少しており、新規求人の提出には、より慎重になっている。一方、介護・福祉関係の新規求人は増えているものの、増加幅の減少が見られる。 |
|           |         | 職業安定所（職員）         | それ以外   | ・雇用保険受給申請者数が、前年同月比で3か月連続増加している。  |
|           |         | 職業安定所（職員）         | 求職者数の動き  | ・求職者は9月、10月、11月と増えている。周辺企業で、人員整理等により希望退職者が増えている。   |
|           |         | 職業安定所（職員）         | 求人数の動き   | ・卸売・小売・製造派遣を除く派遣等の求人は、横ばいからやや増加傾向にあるが、製造業は大幅に減少している。正社員の比率は全体の半分を大きく割りこみ、45%程度まで落ち込んでおり、契約・派遣社員の比率が上がっている。   |
|           |         | 職業安定所（職員）         | 求人数の動き   | ・正社員求人が減り、パート求人が増えている状況で、なかなか求人数は増えていない。中小企業緊急雇用安定助成金や雇用調整助成金の再開、新規利用に関する問い合わせが、窓口や電話でも増えてきている。  |
|           |         | 職業安定所（次長）         | 求職者数の動き  | ・10月の当ハローワークへの新規求職申込件数が、3か月ぶりに前年同月比で増加し、有効求職者数は、平成22年1月以来2年9か月ぶりに前年同月比増加に転じた。新規求人数及び有効求人数は、引き続き前年同月比増加が続いているが、増加幅が縮小傾向にある。                             |
|           |         | 悪くなっている           | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）  | それ以外   |
| 職業安定所（職員） | 求職者数の動き |                   | ・新規求職者が増加している。20～44歳については、自己都合による退職者が増加、45～64歳については事業所都合による離職者が増加している。また、50～64歳は在職中の新規求職者が増加している。まとまった人数の企業整備は今のところ見られないことから、中小企業において中高年層からリストラが始まっていると思われる。 |  |

## 6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野                 | 景気の現状判断   | 業種・職種         | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|--------------------|-----------|---------------|---|--|
| 家計動向<br>関連<br>(北陸) | 良くなっている   | －             | －   | －  |
|                    | やや良くなっている | 一般小売店〔精肉〕（店長） | 来客数の動き  | ・今月に入って来客数が増えている。この調子は続くように思われる。                                     |
|                    |           | 旅行代理店（従業員）    | 販売量の動き  | ・秋の行楽シーズンということもあるが、販売量については前年同月実績、前々年同月実績より伸びている。                    |
|                    |           | 通信会社（営業担当）    | 販売量の動き  | ・新商品発売に伴い客の購買率が高くなっている。また、タブレット端末などの大幅値下げにより販売に拍車をかけている。             |
|                    |           | 美容室（経営者）      | 来客数の動き  | ・9月まで前年をクリアしていた来客数が、10月は前年割れとなった。しかし、11月の後半になって勢いを取り戻し、前年同月実績をクリアした。 |
|                    |           | 住宅販売会社（従業員）   | お客様の様子  | ・消費税の今後の動向を見ながら、展示場の来場者数が増えてきている。                                    |
| 変わらない              | 商店街（代表者）  | お客様の様子        | ・ポイント2倍など催事があると少し動きが出る。寒くなったためアウターに前年より早く動きが出ている。 |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種         | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|---------------|--------|--|
|    |         | 百貨店（売場主任）     | 来客数の動き | ・気温の低下にも影響されたが、お買い得感のある商品には客は反応を見せている。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）     | お客様の様子 | ・11月は、地元電力会社の自粛や冬期間の節電要請があり、寝具や電気を使わない石油ストーブなどの商材の売上は前年の3～4割増し程度で伸びている。ただその背景には、店独自で前年に実施していない企画、はがきを出したり新聞に載せたりというような、経費をかけた企画を月に2回大きく入れている。このような施策と電力会社の節電要請などが相まって、やや良い月だった気がするが、実質的には大きな変化はない。 |
|    |         | 百貨店（営業担当）     | お客様の様子 | ・クラブカードのダブルポイント時の集客は見込めるが、店舗全体でのイベントがない週は大変苦戦している。しっかりと固定客をつかんでいる売場しか予算をクリアできないという状態となっている。  |
|    |         | 百貨店（営業担当）     | 来客数の動き | ・繁忙期ということもあり地下食品フロアは、成績がわりと伸びているが、それでも前年同月から見ると伸び悩んでいる。婦人服フロアに関しては、どうしても重衣料の動きがあまり良くない。下着関係は気温の低下と共に、客の購買意欲が高まっていると思われる。   |
|    |         | 百貨店（売場担当）     | 単価の動き  | ・客単価は、前年同月比101%とやや上向きにも見えるが、全体の売上が前年比98%であり、客数全体では前年割れとなっている。大きな変化はない。   |
|    |         | スーパー（店長）      | お客様の様子 | ・客の買物の中身をみると、景気に関しても特に変わっていないのではと考えている。  |
|    |         | スーパー（店長）      | お客様の様子 | ・以前にも増して、食の購入にはシビアになっている。現状でも必要以外での購入は少なく、無駄な買物はしていないという状況である。販売する方としても、利益が薄い特売での買物が、さらに増えている状況といえる。   |
|    |         | スーパー（総務担当）    | 単価の動き  | ・全国的な食料品の単価低下のなか、県内でも価格競争が激化し、生き残りをかけた体力勝負の感が強まっている。特に一般食品では一部に値上がりがあるものの総じて単価低下により前年売上実績に届かず、かつ買上点数も伸びない状況である。  |
|    |         | コンビニ（経営者）     | 販売量の動き | ・2号店において売上の前年同月比が90%にも届かない状況が続いている。競合店の出店以来厳しい状況は変わっていない。2号店は当初契約の10年更新の時期を迎えているが更新を止めようかと思っている。   |
|    |         | コンビニ（店長）      | 単価の動き  | ・3か月前は暑くて当然単価も高かった。11月は例年単価の悪い時期なのだが、最近、いつもよりも単価が伸び悩んでいる。例年ならば、カタログなどによるお歳暮といったようなものの売上があるのだが、今月はそういった売上がほとんどなかったため、他も非常に下がっている。こういうこともあり、売上が下がっている状態である。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）   | 来客数の動き | ・あるイベントを実施して実感したことだが、皆さん多少のお金は持っている。今日必要なものは今日買う、明日必要なものは明日考える。今日しか買えなくて絶対お得なものは今日買う。物余りの時代になって長期間経過している。デフレはまだまだ続きそうである。  |
|    |         | 家電量販店（店長）     | 販売量の動き | ・来客数は前年同月と比較しても変化は少ないのだが、販売量は減少している。同時に単価も下がっている。  |
|    |         | 家電量販店（管理本部）   | 単価の動き  | ・来客数は前年並みだが売れ筋商品が変化したため、単価が低くなっており、全体の販売額を押し下げている。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）   | 販売量の動き | ・広告など宣伝量は多くしているものの、普通車が全く売れない。客は維持費の安い軽自動車を選択する人が多くなった。  |
|    |         | 乗用車販売店（経理担当）  | 販売量の動き | ・エコカー補助金が9月下旬で終了し、車の販売量は前年同月比80%となった。しかし、2年前のエコカー補助金終了時との比較では120%である。補助金という特殊要因を除けば、個人消費の動向は変わらないと見受けられる。  |
|    |         | 自動車備品販売店（従業員） | 単価の動き  | ・今月は、降雪予報などで例年並みの数量や来客数が確保できたが、タイヤ単価は前年より低下しており、客の声でも少しでも安価な商品購入を考えている方が多い。  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                     | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|---------------------------|--------|--|
|    |           | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（経営者） | お客様の様子 | ・11月に入り灯油が動いたため、何か景気が良くなったと思われるが、実際のところは変わらない。冬用タイヤやガソリンなどその他の商品の売行きが変わらないからである。   |
|    |           | その他専門店<br>〔医薬品〕（総務担当）     | 来客数の動き | ・前月下旬から急に寒くなり、暖か肌着、湯たんぽなどの省エネグッズが動き始めたが、量的には前年同月比で見劣りする。湯たんぽはひと通り行き渡った観がある。風邪薬は例年通りの動き、化粧品は高額品の動きが今一步なもの、低価格帯の商品はよく動いている。  |
|    |           | 高級レストラン<br>（スタッフ）         | 販売量の動き | ・11月は例年の110%ほどで好調に推移し、前月上旬の鈍化分を補っていたが、総選挙の決定後は勢いが鈍化していて、差し引き例年並みの受注である。  |
|    |           | 一般レストラン<br>（スタッフ）         | 来客数の動き | ・月2回あった連休も概ね好調で、前月同様、前年並みで推移した。ただ、店舗で使用するPOSレジなどの電子機器関係は尖閣諸島問題や中国での税関差止め問題などで国内在庫も少なくなり、入手に月日がかかるようになってきている。   |
|    |           | 観光型旅館（経営者）                | 来客数の動き | ・9月以降、団体の予約数が少ない。さらに1件当たりの団体の人数も少なく、前年同月比10%弱の入込数減になっている。  |
|    |           | 観光型旅館（スタッフ）               | 来客数の動き | ・総売上は前年同月比88%、宿泊人数は同85%、宿泊単価は同105%となり、宿泊人数減が売上減の要因であり、北陸方面への動きが団体旅行を中心に回復していない。  |
|    |           | 都市型ホテル<br>（スタッフ）          | 販売量の動き | ・婚礼を除き、全部門で前年同月比が増加傾向にある。  |
|    |           | タクシー運転手                   | 来客数の動き | ・忘年会を12月に控えているためか人出は少ない。また、衆議院が解散したため総選挙を控えており、人出は少なく、あまり良くなかった。   |
|    |           | タクシー運転手                   | 販売量の動き | ・今月は雨の日が多かったが、利用はそんなに伸びなかった。   |
|    |           | 通信会社（職員）                  | お客様の様子 | ・かなり得なキャンペーンに対しても、今一つ反応が薄い。  |
|    |           | 通信会社（社員）                  | 販売量の動き | ・スマートフォンの需要は継続的に好調である。   |
|    |           | 通信会社（役員）                  | 販売量の動き | ・前年と比較し、契約件数は徐々に減少傾向にあるが、そのなかにあってもインターネット、電話サービス契約については持ち直しの動きがみられる。   |
|    |           | 通信会社（営業担当）                | 販売量の動き | ・新製品が欲しい客は購入に積極的だと思われるが、月々のランニングコストにはシビアである。   |
|    |           | 住宅販売会社<br>（従業員）           | お客様の様子 | ・例年この時期だと、来春の工事着工に向けて客の展示会への来場や、問合わせの動きが活発になってくるが、3か月前と比較しても変化が見られない。  |
|    | やや悪くなっている | 一般小売店〔事務用品〕（役員）           | 販売量の動き | ・我々の業界では、秋にある程度購入する客の予算がおおりて物を購入するというような、官公庁関連の客の仕事が、本来であればある程度あったのだが、今年に関してはそういった部分の需要が全くなく、社会的には苦戦をしている。   |
|    |           | 一般小売店〔書籍〕（従業員）            | 来客数の動き | ・来客数の減少に歯止めがかからない。少しでも単価の安い店へと客は流れている。   |
|    |           | スーパー（総務担当）                | 販売量の動き | ・近辺に新しく競合店が出店した地区、競合店が改装した地区では来客数が減少しており回復しない。客単価の減少ではなく客数減少のため、売上が前年同月を下回る状況が続いている。   |
|    |           | スーパー（統括）                  | 販売量の動き | ・最近では競合店を含めて、多数の出店が近隣であるなかで、価格に焦点が当たっている。今までの感覚で値段を出したら客が買うという商品でも、現在では、多少の値段を出したくらいでは客は買わない。客の買い方を見ていると、必要なものを1つ、今までだったら安いから2つということがあったが、最近では必要な時に必要なものを買うという感じである。 |
|    |           | コンビニ（経営者）                 | 来客数の動き | ・客単価に関しては、前年並みで推移しているが、来客数に関しては前年同月より3ポイント程度減少している。  |
|    |           | コンビニ（店舗管理）                | 来客数の動き | ・11月度に入り来客数の前年割れが一層厳しくなっている。特にロードサイド店舗の落ち込みが激しい。   |
|    |           | 衣料品専門店<br>（経営者）           | お客様の様子 | ・政治も経済も先行きの不透明感が増しているため、買物に対する客の気持ちに積極性が感じられない。  |

| 分野      | 景気の現状判断 | 業種・職種                  | 判断の理由                                 | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|---------|---------|------------------------|---------------------------------------|--|
|         |         | 衣料品専門店<br>(経営者)        | お客様の様子                                | ・客の目が、一時的に安価なものばかりから少し上向きになりつつあったが、ここへきて、また安価な商品に向かっているように思われる。  |
|         |         | 衣料品専門店<br>(総括)         | お客様の様子                                | ・セールをすると前年より大幅に売上が増えるが、その前後は前年よりも客の来店が少ない。実需期になっても傾向は変わらない。価格に対して少しでも安いうちというのが出ている。  |
|         |         | 家電量販店(店長)              | お客様の様子                                | ・暖房器具の購入も控える状況である。   |
|         |         | 乗用車販売店<br>(役員)         | 販売量の動き                                | ・エコカー補助金終了以後、受注ペースが極端に悪くなっている。受注残でここ2か月はしのいでいるが、大変厳しい状況である。年末に高級車のモデルチェンジがあるので期待している。  |
|         |         | 住関連専門店<br>(店長)         | お客様の様子                                | ・客の購買が両極端となっており、50代や60代は高額商品の購買が見られるが、その年齢層未満ではほとんど低単価のものとなっている。話をしても、家を建ててそれでいっばいになっており余裕があまりないという感じである。  |
|         |         | その他専門店<br>〔酒〕(経営者)     | 来客数の動き                                | ・とにかく客が来ない。販売量も減って景気が悪い。また、総選挙があるのでまたまた景気が悪くなるのではないかと心配している。   |
|         |         | スナック(経営者)              | 来客数の動き                                | ・経営的には低空飛行で、前年同月の売上の9割弱である。また、7月以降来客数も減っている状況である。常連さんもあまり外へ出ていない様子で、婦人服経営者も四苦八苦している様子がうかがえる。   |
|         |         | 競輪場(職員)                | 販売量の動き                                | ・3か月前がビッグレース開催月だったこともあるが、売上は平均30%低下している。   |
|         |         | その他レジャー施設(職員)          | 競争相手の様子                               | ・競合新規店がオープン記念キャンペーンで、入会金0円、指定用品プレゼント、大人の場合は初月の月会費0円を打ち出しているため影響が出ている。  |
|         |         | 住宅販売会社<br>(従業員)        | 販売量の動き                                | ・消費税率の引上げ前に動きたい客は動いてはいるものの、まだ期日があることもあり、契約の決断が遅い。契約件数は前年よりかなり減っている。  |
|         |         | 住宅販売会社<br>(従業員)        | お客様の様子                                | ・消費税率の引上げによる需要はまだ発生しておらず、個人消費も低下しており、客の絶対数も不足している。   |
| 悪くなっている |         | 商店街(代表者)               | 来客数の動き                                | ・売上不振をばん回するため早々にセールを開催しても、2日間ほどはにぎわい感があるものの、それ以降は人出も今一つで長続きしない。これまで以上に物を買わない雰囲気が漂っている。   |
|         |         | 一般小売店〔鮮魚〕<br>(従業員)     | お客様の様子                                | ・水産業界にあって、大きなイベントの1つであるズワイガニの解禁が先日あった。例年だと、市場内が押すな押すなの人ごみで活気にあふれるのだが、今年は天候に恵まれず初日がシケていたこともあり、入荷も若干少なく、全く盛り上がらなかった。夏の土用の丑の時も感じたが、今年の一般消費者の購買力は、例年と比べて格段に落ちている。カニが盛り上がらないため、今までは客も市場内の空気も全く違う。 |
|         |         | 乗用車販売店<br>(経営者)        | お客様の様子                                | ・購入顧客層の変化を感じる。これまでの車種や価格、サイズなど商品にかかわる選択から、業種や収入のような購入能力が決め手となってきた。ちなみに当社では医師がナンバーワンの購入顧客層である。  |
|         |         | テーマパーク<br>(職員)         | 来客数の動き                                | ・前年同月と比較しても、団体の動きや個人の動き共に鈍く、1割以上のマイナスとなっている。主な要因は、東京方面での東京スカイツリーの話題や、九州新幹線などの影響もあり、北陸エリア全体への客の動きが鈍く感じられる。  |
|         |         | 企業<br>動向<br>関連<br>(北陸) | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている<br>変わらない | 不動産業(経営者)  |
|         |         | -                      | -                                     | -  |
|         |         | 繊維工業(経営者)              | 受注量や販売量の動き                            | ・輸出関連では、相変わらず受注面で苦戦を強いられており、前年同月比で大幅に下回っている。   |
|         |         | 繊維工業(経営者)              | それ以外                                  | ・繊維業界だが、衣料向けについて、冬物は低価格であるが、ものの動きは低位ながら安定している。   |
|         |         | プラスチック製品製造業(企画担当)      | 受注量や販売量の動き                            | ・ものは少し動き出しているが、数字が大きく変わるほどの動きではない。   |

| 分野   | 景気の現状判断   | 業種・職種           | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|------|-----------|-----------------|--------------|---|
|      |           | 一般機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き   | ・国内、海外ともに受注の回復ができない。  |
|      |           | 精密機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・生産量としては3か月前の計画に対し、国内・米国向けはややプラス修正、欧州・中国向けはややマイナス修正ということで、全体的にはほぼ変わっていない。   |
|      |           | 建設業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・公共事業が、4～6月に全く出なかったのに9月以降まとめて発注され、10月以降、現場では休日返上で工事を進めており、現在は12月末工期の仕事に追われている。しかし、厳しい競争による受注のため、採算性はどの工事も悪い。                                |
|      | やや悪くなっている | 食料品製造業（役員）      | 受注価格や販売価格の動き | ・商品の低価格化、価格競争により新規入札額の低下が顕在化し、販売価格の平均単価が低下傾向にある。  |
|      |           | 建設業（総務担当）       | 受注価格や販売価格の動き | ・地域によってばらつきはあるものの、受注価格競争は依然として激しく、採算度外視と思われるケースも見受けられ、厳しい受注環境が続いている。  |
|      |           | 輸送業（配車担当）       | 取引先の様子       | ・若干の円高にもかかわらず、燃料費などのコストは一向に下がらず、経費の負担となっている。車関係の調達部品の動きが前月に引き続き良くならない。  |
|      |           | 金融業（融資担当）       | 取引先の様子       | ・中国の尖閣諸島問題などにおける受注の減少、中国向けの減少が、製造業において影響を与えている。   |
|      |           | 金融業（融資担当）       | 取引先の様子       | ・前月に引き続き、個人の消費マインドの弱さが気にかかる。加えて、政治の混乱による予算執行の遅れなどもあり、企業側のマインドも非常に弱いことから、景気は弱含みといったことが考えられる。   |
|      |           | 司法書士            | 取引先の様子       | ・今月中堅建設業者の倒産があった。   |
|      |           | 税理士（所長）         | 取引先の様子       | ・今の景気については、一般的には悪く感じられやすいのだが、年末にかけて売上や業績など受注が持ち直しているため、私の客の場合は、製造、建設業で景況感は良くなっている。円高や中国の問題で、いろいろと下向きな話題が多いが、意外とそうでもない感じがするが、その後については戸惑いがある。 |
|      | 悪くなっている   | —               | —            | —   |
| 雇用関連 | 良くなっている   | —               | —            | —   |
| (北陸) | やや良くなっている | 人材派遣会社（社員）      | 採用者数の動き      | ・年末年始に向けて、単発の派遣依頼は前年より少し増えているが、派遣先の人材に対する要求レベルは高くなっている。   |
|      | 変わらない     | 人材派遣会社（役員）      | 求人数の動き       | ・例年12月が近づくスポット的に人材需要が発生する傾向が、今年は全く見られない。景気低迷による経費削減など企業側の努力が見られる。   |
|      |           | 求人情報誌製作会社（編集者）  | 求人数の動き       | ・週単位では若干違いが出るが、月単位ではほとんど求人数が変わらない。  |
|      |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 求人数の動き       | ・求人広告の売上は、前年同月に比べ3割減っている。   |
|      |           | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き       | ・新規求人は増加しているものの、派遣求人などで増加している。求人を中心となるべき製造業からの求人は大幅に減少している。   |
|      |           | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き       | ・新規求人数は前年同月比で増加傾向にあり、新規求職者数は大量離職の影響もあり、若干増加に転じたが、有効求人倍率は上昇しており変化はみられない。   |
|      |           | 民間職業紹介機関（経営者）   | 求人数の動き       | ・求人数が伸びず、低位での横ばい状態が続いている。   |
|      |           | 学校〔大学〕（就職担当）    | 採用者数の動き      | ・来年3月の卒業予定者の就職内定者数が、前年同月比で4ポイントの改善だったが、依然厳しい状況と感じられる。   |
|      | やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 求人数の動き       | ・求人数が減っていると同時に、新卒採用に対する意欲も、景気の先行き不透明を理由に予定を減らす、あるいは求人そのものの予定を白紙にするといったところが、少しずつ見られるようになってきている。  |
|      |           | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き       | ・製造業の求人が伸び悩んでおり、求人全体の10%程度までに低迷してきている。  |



| 分野 | 景気の現状判断     | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-------------|-------|-------|----------------|
|    | 悪く<br>なっている | —     | —     | —              |

## 7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野                     | 景気の現状判断                      | 業種・職種                        | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|------------------------|------------------------------|------------------------------|--------|---|
| 家計<br>動向<br>関連<br>(近畿) | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | —                            | —      | —   |
|                        |                              | 一般小売店〔時計〕（経営者）               | 販売量の動き | ・来客数の伸びはなかなか厳しかったが、売上としては底堅く動いた。商品も動きがみられ、腕時計や電池交換など、バランスの取れた売上内容になった。ただし、3か月前は自然災害の影響が大きすぎてひどい状態であったため、それに比べると良くなったというだけで、一般的に良くなったとは思えない。   |
|                        |                              | 百貨店（企画担当）                    | 販売量の動き | ・梅田地区での百貨店のリニューアルオープンなどで、客の動きが梅田に集中するなか、来客数は減少しているものの、店頭での販売量は増加している。購入意欲のある客が来店しているようである。  |
|                        |                              | 百貨店（営業担当）                    | 来客数の動き | ・ポイントカード会員が増加し、衣料品や化粧品のポイントアップセールが好転している。   |
|                        |                              | 百貨店（商品担当）                    | 販売量の動き | ・気温の低下と共にファッション関連部門で動きがあり、全体でも販売量は回復傾向にある。  |
|                        |                              | コンビニ（経営者）                    | 販売量の動き | ・客単価がややアップしており、相変わらずファストフードの売上は好調である。   |
|                        |                              | 家電量販店（経営者）                   | お客様の様子 | ・電気料金の値上げや消費税の増税を控えてか、節電型白物商品の動きが良い。  |
|                        |                              | 一般レストラン（経営者）                 | 来客数の動き | ・休日や休日前に来店が偏る傾向は相変わらずであるが、団体利用の需要が少しずつ増えているので、1組当たりの単価は上がっている。  |
|                        |                              | 観光型ホテル（経営者）                  | 来客数の動き | ・11月は年間を通じての最繁忙期であり、もともとの潜在的な需要も高いので、不景気の影響もあまり感じられない。ただし、団体料金に関しては相変わらず競争などでシビアなため、来客数は増えたものの、販売量は昨年並みとなっている。  |
|                        |                              | 通信会社（経営者）                    | 来客数の動き | ・スマートフォンの新商品の販売が売上に大きく影響している。端末も大量に入荷するようになり、来客も増え、販売数のアップにつながっている。   |
|                        |                              | パチンコ店（店員）                    | 来客数の動き | ・来客数が少しずつ増えてきている。   |
|                        |                              | その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | 来客数の動き | ・イベントの集客力が向上している。紅葉が良かったこともあり、より良い動機づけがあると、行楽へ人は動くことが感じられる。   |
|                        |                              | 住宅販売会社（総務担当）                 | 販売量の動き | ・消費増税の駆け込み効果が少しずつ出ている。  |
|                        |                              | 変わらない                        |        | 商店街（代表者）  |
| 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）        | 販売量の動き                       |                              |        | ・全体的に若干の増減はあるが、販売量はほぼ同じペースで推移している。  |
| 一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）      | 販売量の動き                       |                              |        | ・11月現在と8月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は11月が91.2%で、8月が90.4%、関東は11月が104.4%で、8月が94.9%、中部は11月が90.0%で、8月が96.3%、中国は11月が109.3%で、8月が94.2%となり、各地区合計の平均は、11月が94.7%で、8月が92.6%である。先月同様、依然低迷が続いている。ただし、地区によっては多少ばらつきがあり、同じ地区の店舗ごとのばらつきが以前よりも大きくなってきている。全体的に回復傾向に転じるのはまだ難しい。 |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者）         | お客様の様子                       |                              |        | ・必要な物だけ購入するという傾向は変わらないほか、秋物の動きが活発化していない。  |
| 一般小売店〔家具〕（経営者）         | お客様の様子                       |                              |        | ・政治が混乱しているため、政治が良くならなければ将来への不安は消えない。  |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者）         | 販売量の動き                       |                              |        | ・気候が寒くなり、冬物衣料が動いているものの、好調とはいえない。冬物の立ち上がりとなるこの時期に、来客数、販売量共に鈍さを感じているので、景気が上向いているとは決していえない。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-------------------|---------|---|
|    |         | 一般小売店<br>[花] (店長) | 競争相手の様子 | ・地域でのライバル店の閉店に伴い、多少は来客数が増加している。年末前の駆け込み開店が11月は多く、贈答品の販売数も増えたが、一般客が今一つ伸び悩んだため、全体としては変わらない。   |
|    |         | 百貨店 (売場主任)        | 販売量の動き  | ・梅田地区の同業他店の増床による影響は、今のところみられない。気温が低下すれば衣料品の購入は活発化するが、今月は雨の影響が大きく販売量は変わらない。  |
|    |         | 百貨店 (売場主任)        | 競争相手の様子 | ・競合する店舗では、昨年にも増して値引き販売やポイントアップによる集客を行っているが、大きな効果は得られていない。何も行っていない期間は月間で1週間ほどであり、割引販売が常態化してきている。   |
|    |         | 百貨店 (売場主任)        | 販売量の動き  | ・梅田地区で百貨店がリニューアルオープンし、若干であるが来客数に影響が出ている。  |
|    |         | 百貨店 (売場主任)        | 来客数の動き  | ・今まで以上に、非常にシビアな買い方をしている。また、メーカー自体が冒険せず、奇抜な商品などが少ない。在庫に対して敏感で、生産オーバーなどもない。   |
|    |         | 百貨店 (売場主任)        | 販売量の動き  | ・11月は梅田地区の百貨店の増床オープンに伴い、京都地区への悪影響が懸念されたが、売上は前年を5%ほど上回っており、10、11月合計でも前年をわずかに上回っている。  |
|    |         | 百貨店 (売場主任)        | お客様の様子  | ・今月は9、10月が不調であった反動もあり、目標を上回る見込みである。ただし、これまでの不足分をカバーするまでには至っておらず、客の消費に対する慎重な姿勢は変わっていない。価格訴求力があり、商品価値のある物に対する需要は高いものの、不要不急の商品に対する客の購買は一層厳しいものがある。 |
|    |         | 百貨店 (営業担当)        | 競争相手の様子 | ・富裕層の固定客は、梅田地区にリニューアルオープンした他店の影響もあまりなく、海外高級ブランド品などは、ホテルでの催事で高額品も含めて例年以上に売れている。  |
|    |         | 百貨店 (外商担当)        | 単価の動き   | ・年末の総選挙のため、歳暮商戦の売上に影響が出てきそうである。   |
|    |         | 百貨店 (サービス担当)      | お客様の様子  | ・今月は、ようやく本格的な寒さが到来したことで、冬物商材の動向が好調になってきた。また、前倒しのバーゲンと紳士服の催事が好調に推移したことで、徐々に目標を達成する。  |
|    |         | 百貨店 (販促担当)        | 販売量の動き  | ・入店客数は前年を超えているものの、購買客数は前年割れが継続している。気温の低下により防寒衣料が堅調に推移しているが、ギフトは1人当たりの購入数が減少し、客単価がダウンしている。   |
|    |         | 百貨店 (マネージャー)      | お客様の様子  | ・この11月は気温の低下もあり、冬物商材の動きが急に活発となり、売上をけん引した。ただし、後半になると、3連休に動きが急に止まっている。特に、前年の12月は冬物の動きが良かったこともあり、今年は総選挙などの影響で苦戦が予想される。                             |
|    |         | スーパー (店長)         | 来客数の動き  | ・景気については、依然先行きが不透明な点が多く、厳しい状況にある。ただし、当店については、販促強化などのアクションに対しては結果が出ており、好結果となっている。  |
|    |         | スーパー (店長)         | お客様の様子  | ・クリスマスケーキ、おせち、年賀状印刷などの年末の予約状況が昨年割れで厳しい。通常の商品は昨年並みであるため、客が出費を必要最小限に抑えているか、調達先を替えたかである。   |
|    |         | スーパー (店長)         | 来客数の動き  | ・昨年に比べて冬らしい気温の低下で、衣料品、寝具関連、鍋商材が好調に推移している。   |
|    |         | スーパー (店長)         | 販売量の動き  | ・衣料・住居関連については、月初の気温低下で季節物が量販できたため、月としてはまずまずであるが、前倒しで売れていると判断している。一方、食品は相変わらずで、わずかながら前年の実績を割り込む流れが続いている。   |
|    |         | スーパー (経理担当)       | 販売量の動き  | ・同業他社の値下げ攻勢があるが、消費の地合いが悪く、各社とも実績は上がらない。消耗戦の状況であり、上向きの兆しはみられない。  |
|    |         | スーパー (広報担当)       | 販売量の動き  | ・今月は月を通して気温が前年比で低めの推移となったため、衣料品・住居関連品の季節品を中心に、売上をけん引している。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                  | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|------------------------|---------|---|
|    |         | スーパー（販売担当）             | お客様の様子  | ・客の様子をみていると、価格を強調した日替わり品や、ポイント何倍といった特典のある店を買い回っている。価格に対して敏感な買い方が目立っている。   |
|    |         | スーパー（開発担当）             | 販売量の動き  | ・店舗の売上は前年とあまり変わらない。   |
|    |         | スーパー（社員）               | 販売量の動き  | ・大手スーパーマーケットが打ち出した販売価格引下げの影響が、店頭単価の下落につながっている。ただし、変動はあるものの、総じて客の買上点数は増加傾向が続いており、単価低下が続くなかでも売上が確保できている。                      |
|    |         | スーパー（企画）               | 来客数の動き  | ・来客数については微増であるが、客単価（1品単価）の落ち込みが回復しない。   |
|    |         | コンビニ（店長）               | お客様の様子  | ・このところ、特に爆発的に売れる新商品がないこともあり、客には衝動買いの動きも特になく、平常どおりに買物をしているようにみえる。  |
|    |         | コンビニ（店員）               | 販売量の動き  | ・焼きたてパンを店で食べてもらえるようイートインコーナーを設けたり、幼児に駄菓子をサービスするなどの戦略を練っているが、売上につながる大きな変動はみられない。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）            | 単価の動き   | ・昨年よりも来客数が減っており、単価も落ちているために、売上が下がっている。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）           | 販売量の動き  | ・エコカー補助金や決算の時期の終了で、今月は目標販売台数の80%しか達成できていない。   |
|    |         | 住関連専門店（店長）             | お客様の様子  | ・年末に向けて、法人、団体客からの受注減を補うように、一般客の小売が伸びてくるのが例年だが、今年は一般客の来店も受注も伸びる気配がない。  |
|    |         | その他専門店〔食品〕（経営者）        | 販売量の動き  | ・販売量は前年と変わらない。  |
|    |         | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）      | お客様の様子  | ・集客も思わしくないなか、一見客ではなく、固定客の購入品におけるキャンセルもみられる。   |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）          | 来客数の動き  | ・急に寒くなったり、雨が続きたりしたことで、客足もまばらとなった。今月は天候に左右される日が多い。   |
|    |         | スナック（経営者）              | 来客数の動き  | ・個人的なイベントがあったお陰で、何とか維持できている。  |
|    |         | その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）    | 来客数の動き  | ・百貨店の全面開業に伴い、梅田地区の活性化を期待したが、開業日当日の客足が多少伸びた程度で、大きな集客増にはつながっていない。目新しさに興味はあるものの、消費に直結する購買意欲自体の変化は感じられない。                       |
|    |         | 観光型旅館（経営者）             | お客様の様子  | ・行楽のシーズンで客足は増えていたが、客単価は伸びず、前年比で5%ほど落ちている。   |
|    |         | 都市型ホテル（マネージャー）         | 来客数の動き  | ・宿泊部門は大阪での週末のコンサートやマラソンなどのイベントと、秋の行楽シーズンで比較的好調に推移したが、宴会部門はパーティーの日程変更などにより大きくマイナスとなった。食堂部門も高額店舗の収入減が目立ち、全体では前年を割り込む結果となっている。 |
|    |         | 都市型ホテル（客室担当）           | 来客数の動き  | ・行楽シーズンでもあり、国内旅行は前年と変わらないが、アジアからの観光客がまだ戻っておらず、昨年より落ち込んでいる。  |
|    |         | タクシー運転手                | お客様の様子  | ・例年、師走前の時期は客の乗車機会は減少傾向になりがちであるため、営業収入は例年とほぼ同水準となっている。   |
|    |         | タクシー運転手                | 競争相手の様子 | ・衆議院も解散となり、これから総選挙ということで動きが止まっている。  |
|    |         | 通信会社（経営者）              | お客様の様子  | ・客の受注状況に特に変化がない。  |
|    |         | その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員） | お客様の様子  | ・具体的な調査はできないが、需要が小ぶりになってきているようである。例えば、飲食の場合はし好品を買わず、飲めればよい、満腹になればよい、といったような動きが見受けられる。このように特に変わりはないが、需要が小ぶりになっているように見受けられる。  |
|    |         | その他サービス〔学習塾〕（経営者）      | 来客数の動き  | ・無料体験キャンペーンの参加者が例年よりも増えたものの、厳しい状況に変化はない。  |

| 分野 | 景気の現状判断       | 業種・職種                                  | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------------|--|---------|--|
|    |               | その他サービス<br>〔ビデオ・CD<br>レンタル〕（エ<br>リア担当） | 販売量の動き  | ・アイテムの総売上の前年割れ傾向が相変わらず続くなか、書籍売上の前年比を維持することが難しい状況になってきている。  |
|    |               | 住宅販売会社<br>（従業員）                        | それ以外    | ・国内外に問題が山積みとなっており、企業、個人共に経済活動は停滞気味である。   |
|    |               | その他住宅〔情<br>報誌〕（編集<br>者）                | お客様の様子  | ・分譲マンションのモデルルームへの来場者数は横ばいである。割安感のある物件や希少立地の物件などは好調に推移しているが、全体的に上向きという状況ではない。新規事業用地の取得難易度が高まるなか、施工費の上昇も加わり、来年以降は販売が難しくなる。 |
|    | やや悪く<br>なっている | 商店街（代表<br>者）                           | お客様の様子  | ・天候不順や経済不況により、秋商戦も不調に終わっている。   |
|    |               | 一般小売店〔精<br>肉〕（管理担<br>当）                | お客様の様子  | ・日中関係における問題で、中国人観光客による末端の消費レベルの悪化が、11月になって特に大きく感じる。牛肉でいえば、昨年の放射能汚染問題がようやく収まりかけてきたなかで、数字が再び悪化し始めている。                      |
|    |               | 一般小売店〔菓<br>子〕（営業担<br>当）                | 販売量の動き  | ・依然として小売店の商品回転率が上がらず、特に進物商品の受注が伸び悩んでいる。  |
|    |               | 百貨店（企画担<br>当）                          | 競争相手の様子 | ・近隣での競合店増床オープンによる影響が出ているが、想定外の範囲内に収まっている。  |
|    |               | 百貨店（外商担<br>当）                          | 販売量の動き  | ・お歳暮商戦が始まったが、顧客によってはお歳暮自体を取りやめたり、件数を減らしたり、単価を下げるという動きがあった。一方、懸念された10月に増床オープンした競合店へ売上が流れるという動きは感じられない。                    |
|    |               | 百貨店（店長）                                | 来客数の動き  | ・今月に入ってから、売上はまだ善戦しているものの、入店客数が昨年をかなり下回る数字となっている。   |
|    |               | スーパー（経営<br>者）                          | 単価の動き   | ・今までは季節の物でおいしそうな初物だと、少々高くても購入がみられたが、こちらが思う金額よりも低い価格でないと動かない。   |
|    |               | スーパー（店<br>長）                           | 単価の動き   | ・これまでの景気後退報道や消費税増税の話題に加え、冬のボーナスの減少、電気料金の値上げなど、明るい話題はない。  |
|    |               | スーパー（企画<br>担当）                         | 来客数の動き  | ・来客数の推移が前年比で93%と、95%を割り込んできている。  |
|    |               | コンビニ（経営<br>者）                          | 来客数の動き  | ・残業が少なくなってきた、午後6時から9時ごろまでの来客数が平均的に減少している。  |
|    |               | コンビニ（広告<br>担当）                         | お客様の様子  | ・近畿地区は長引く景気停滞、原材料や物価の高騰、公共料金の値上げ、昨今の大手家電メーカーの大幅赤字やリストラなどで、消費心理が冷えてきていると感じる。その結果、客は日常の買い回り品の購入を抑えている。                     |
|    |               | 乗用車販売店<br>（経営者）                        | お客様の様子  | ・メーカーに勤めている客が、リストラの深刻さを訴えている。特に、家電メーカーでリストラされた人たちが先行きの暗さを教えてくれる。   |
|    |               | 乗用車販売店<br>（販売担当）                       | 販売量の動き  | ・今月に入り、新規客が減少している。また、新車の提案をするものの、買い控え感が強い。   |
|    |               | その他専門店<br>〔医薬品〕（経<br>営者）               | 販売量の動き  | ・消費者が食品や日用雑貨などの使用量を減らしたり、回数を少なくしたりする自己防衛的な行動をとっている。先月と比べて買上点数は0.2点、来客数は3%程度落ちている。  |
|    |               | 一般レストラン<br>（経営者）                       | 来客数の動き  | ・今までよりも、月末にかけての来客数の伸びが小さくなっている。  |
|    |               | 一般レストラン<br>（経営者）                       | 来客数の動き  | ・近隣の飲食店が閉店や休業となり、昼間の来客数は若干増えたが、夜の営業では商店街に人通りがない。梅田地区で百貨店がリニューアルオープンしてからは、特に人通りが少なくなっている。                                 |
|    |               | 一般レストラン<br>（スタッフ）                      | 来客数の動き  | ・10月から最近まで来客数の前年比が落ち込んでいる。全国平均やほかの地域よりも低い状況が続いている。   |
|    |               | 一般レストラン<br>（店員）                        | 来客数の動き  | ・悪い動きは変わらない。年末にかけても良い流れが続きにくい。   |
|    |               | 観光型旅館（経<br>営者）                         | 来客数の動き  | ・官公庁関係の宴会が、衆議院の解散総選挙という情報からキャンセルが入った。同様に忘年会の規模が縮小傾向にある。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                         | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-------------------------------|---------|--|
|    |         | 観光型旅館（団体役員）                   | 単価の動き   | ・乗客数の前年比については100%、110%を超えているが、1人当たりの消費単価は95.3%、宿泊単価についても同じような数字となっている。   |
|    |         | 都市型ホテル（支配人）                   | 販売量の動き  | ・景気は毎月悪くなっている。中国人観光客の来日に期待していた関西経済は、尖閣問題でしばらく景気浮揚は期待できないと思われる。衆議院の解散後に一時的な円安、株価の押し上げがみられたが、このまま推移することはない。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）                  | 単価の動き   | ・宿泊では、尖閣問題以降、中国人の団体旅行が皆無（前年は1200名）で、来春か来夏まで続きそうな状況である。その対策として、ビジネス客や国内旅行客向けに格安のインターネット販売を拡大した結果、利用は前年実績を超える見込みである。市場では少なくなったパイの取り合いとなっており、価格が更に低迷している。一方、宴会は個別案件で大口の受注ができたため、前年を超える見込みであるが、一般宴会の単価は下がる一方である。競合他社のホームページでも、期間限定の格安宴会プランの宣伝が増えてきている。 |
|    |         | 都市型ホテル（総務担当）                  | 来客数の動き  | ・宿泊の来客数は、営業努力も功を奏して大幅な減少となっていないが、飲料部門では大幅に減少している。特に、ディナーの時間帯の減少幅が大きい。ただし、女性が中心のランチの時間帯は、変化がなく堅調である。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）                    | 販売量の動き  | ・領土問題から韓国向けは徐々に持ち直し、海外旅行は昨年並みの動きとなっているが、国内旅行は件数が落ち込み、前年を下回っている。年末年始の宿の予約も、例年より取りやすく感じる。総選挙も旅行にとってはマイナス要因である。   |
|    |         | 旅行代理店（店長）                     | 来客数の動き  | ・客が減ってきている。  |
|    |         | 旅行代理店（広報担当）                   | お客様の様子  | ・年末年始の休みが、今年は9連休も可能な曜日配列にもかかわらず、1か月前になっても先行受注が思うように進まない。客からは、ボーナスが今冬は減少するので、旅行に回せないという声をよく聞く。  |
|    |         | 通信会社（社員）                      | 販売量の動き  | ・ほかの通信会社に売り負けている。冬モデルの反響が今一つ盛り上がりには欠ける。  |
|    |         | 通信会社（企画担当）                    | お客様の様子  | ・政治の混乱により停滞している。   |
|    |         | テーマパーク（職員）                    | 来客数の動き  | ・新施設を導入しても、開発コストなどの回収を考えると、価格設定が難しい。現状のようなデフレ環境のなかで、一体いくらなら適当なのかという判断を、何を基準に下せばよいか分からない。   |
|    |         | 観光名所（経理担当）                    | 来客数の動き  | ・3か月前よりも来場者数の前年比が悪化している。   |
|    |         | 競艇場（職員）                       | 単価の動き   | ・1人当たりの購買単価と、来場者数の減少が続いている。  |
|    |         | 美容室（店長）                       | 来客数の動き  | ・スタッフも客も高齢化が進み、新しい客が増えにくくなっている。  |
|    |         | 美容室（店員）                       | 単価の動き   | ・今月はパーマやカラーの客がやや少なく、カットが多くなっているため単価が低い。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）                   | 競争相手の様子 | ・いわゆる老舗といわれる、バブル崩壊や米国の大型金融機関の破たんも乗り越えてきた業者が、倒産ではなく廃業せざるを得ない状況に陥るケースが多発している。  |
|    |         | その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者） | それ以外    | ・金融機関からの情報では、破産案件が増加しているようである。また、融資姿勢も厳しくなる傾向にある。  |
|    |         | その他住宅〔展示場〕（従業員）               | 来客数の動き  | ・住宅展示場の来場組数が前年同月比で1割ほど減少している。  |
|    | 悪くなっている | 一般小売店〔衣服〕（経営者）                | 販売量の動き  | ・今年は気温の低い日が続く、寒波が次々と来ているが、冬物の防寒具が思いのほか伸びていない。今売れなければいけないのに、なぜ売れないのか分からない。  |
|    |         | 一般小売店〔珈琲〕（経営者）                | 販売量の動き  | ・9月以降、直営店の来客数の減少や販売先での売行きが悪化が顕著である。電気料金の上昇予告により、財布のひもが固くなっている。   |

| 分野         | 景気の現状判断       | 業種・職種               | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------------|---------------|---------------------|--------------|--|
|            |               | 一般小売店〔野菜〕（店長）       | お客様の様子       | ・相変わらず飲食関係はひどい状態で、こちらの業況も悪い。   |
|            |               | 衣料品専門店（経営者）         | 単価の動き        | ・平均単価の下落が顕著になってきた。売上に占める値引き商品の比率が上がっている。定価販売を死守すると、大幅な売上の減少を覚悟しなければならない。   |
|            |               | 衣料品専門店（販売担当）        | お客様の様子       | ・単価の低下はもちろんのこと、買い控えがどんどん進んでいる。   |
|            |               | 家電量販店（企画担当）         | 販売量の動き       | ・家電製品にヒット商品がなく、所得の低下から買換え需要しか見込めない。  |
|            |               | 一般レストラン（経理担当）       | 来客数の動き       | ・国内経済の減速、中国との外交問題、電気料金の値上げ、収入の伸び悩みなどにより、消費者の生活防衛志向が高まっている。   |
|            |               | 競輪場（職員）             | 単価の動き        | ・今月の客単価は8,123円で、3か月前の客単価は9,855円であったため、悪くなっている。   |
|            |               | その他サービス〔保険代理店〕（経営者） | お客様の様子       | ・今年初めからの業績の不調が好転することなく、年末を迎えている。秋にかなり持ち直した客もあるが、その業績を維持できず、また低迷している。低迷が続くと、回復への意思も弱くなり、消費意欲もなくなる。12月に少しでも来年に期待と意欲を持てる業績をあげなければ、なかなか低迷から脱することができなくなる。 |
| 企業動向関連（近畿） | 良く<br>なっている   | ○                   | ○            | ○  |
|            | やや良く<br>なっている | 食料品製造業（営業担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・得意先の従業員やパートが増えたこともあり、当社商品の利用が増えている。特に百貨店関係が右肩上がりである。  |
|            |               | 出版・印刷・同関連産業（情報企画担当） | 受注量や販売量の動き   | ・年末商戦に向けて、受注量が増えている。カレンダーなどの季節的受注の要素が大きいが、来年3月までの受注が動き始めている。ただし、弱電関係はこの先も受注が見込めない。   |
|            |               | 化学工業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・好調の関東営業所に比べて大阪は苦戦が続いており、昨年の売上を下回る状態が続いていたが、ここへきてようやく昨年並みの売上が出せるようになっている。  |
|            |               | プラスチック製品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・受注などの数字や雰囲気は底を脱した感があるが、あくまでも3か月前との比較であり、確信には至らない。   |
|            |               | 輸送用機械器具製造業（経理担当）    | 受注量や販売量の動き   | ・国内からの見積依頼が増加傾向にある。  |
|            |               | 輸送業（商品管理担当）         | 受注価格や販売価格の動き | ・販売量の動きが、お歳暮やクリスマスの動きに合わせて増加している。  |
|            |               | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | 受注量や販売量の動き   | ・折込件数がやや増加している。購読の契約更新も、毎月経済的な理由で更新しない読者が出ていたが、12月分はすべて更新されている。  |
|            |               | 広告代理店（営業担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・通常の広告は相変わらず良くないが、総選挙関連の広告出稿がここへきて大きく増えている。  |
|            |               | コピーサービス業（店長）        | 受注量や販売量の動き   | ・年賀状の印刷に関しては、早くも目標を達成するなど好調な状況を維持している。ただし、客はより安価な商品を選ぶ傾向にあり、単価の下落を懸念している。  |
|            |               | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | 受注量や販売量の動き   | ・気温の低下に伴い、冬物商材（食材）が好調に推移している。特に、25日に同日開催された大阪、神戸マラソンの効果は大きく、当日は大阪駅、三ノ宮駅を中心に、多くの駅構内でにぎわいをみせた。   |
|            |               | その他非製造業〔民間放送〕（従業員）  | 受注量や販売量の動き   | ・総選挙の実施が決まり、閉そく感の打破を期待する動きが出てきている。当面は経済にも好影響となる。   |
|            | 変わらない         | 食料品製造業（従業員）         | 受注量や販売量の動き   | ・販売量、受注量共に大きな動きはない。販売価格も底値安定といったところで、依然として安売り合戦が続いている。各大手量販店も既にプライベートブランド品は採用しており、残るは販売価格や製品の特徴による売上増である。最近はナショナルブランドの価格も全体の動きにつられて安くなってきている。        |
|            |               | 一般機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・今のところ、受注残をみると順調に推移している。   |
|            |               | 一般機械器具製造業（設計担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・受注量の上向き予想が立たない。下向かないように現状を維持することで精一杯である。  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                   | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|-----------|-------------------------|--------------|---|
|    |           | 電気機械器具製造業（経営者）          | 取引先の様子       | ・昨年と比べると経営条件が悪くなってきている上、ここへきて電力の値上げとなるとより悪くなる。  |
|    |           | 電気機械器具製造業（経営者）          | 取引先の様子       | ・少し円安が進んだ以外は、良い話はない。国内の取引先のなかでも、大手企業の経営者が本当に弱気になっており、新製品の開発に投資をしない傾向が顕著である。大阪駅前や中之島周辺の開発は華やかであるが、ますます海外頼みが強まりそうである。 |
|    |           | 電気機械器具製造業（宣伝担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・量販店の客足は少なく、販売が低迷している。  |
|    |           | 電気機械器具製造業（営業担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・受注、売上共に横ばいである。   |
|    |           | その他製造業〔事務用品〕（営業担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・受注量が悪いまま変化がない。   |
|    |           | 建設業（経営者）                | 受注量や販売量の動き   | ・11月は問い合わせ、受注などが増加傾向にあったが、月末近くになり、少しその勢いが弱まってきている。来年の案件は複数あるが、目先の12月の案件がまだみえない状況である。                                |
|    |           | 建設業（経営者）                | 取引先の様子       | ・長引く不景気で得意先の設備投資も凍結や縮小、延期となっている。官庁関係も発注量が減少傾向にある。   |
|    |           | 建設業（経営者）                | 受注価格や販売価格の動き | ・受注量はそこそこあるが、1物件当たりの単価は依然低調である。   |
|    |           | 輸送業（営業所長）               | 受注価格や販売価格の動き | ・新規案件の話も少しは出てきているが、物流コストの見直しで厳しい料金設定が多い。  |
|    |           | 通信業（管理担当）               | それ以外         | ・良くなっていると聞くが、少なくとも周辺は冷えている。市場に行ってもさほど安くはないし、安い物は粗悪な商品である。   |
|    |           | 金融業（営業担当）               | 受注価格や販売価格の動き | ・月々の受注の予測がつかない状態である。  |
|    |           | 広告代理店（営業担当）             | 取引先の様子       | ・関西圏の取引先である各ショッピングセンターをみると、大阪の中心地では百貨店のリニューアルオープンで、来客数は大幅増である。一方、郊外が落ち込んでおり、来客数は増えているが客単価が伸びていないため、9月と変わらない。        |
|    |           | 経営コンサルタント               | 取引先の様子       | ・クライアントの小売業、製造業共に、大きな変化はない。   |
|    |           | その他サービス〔自動車修理〕（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・もう12月になるが、忙しきでバタバタする心配がない。   |
|    |           | その他サービス〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き   | ・全体的な景気動向はやや上向き加減かもしれないが、まだ断定できるだけのものはない。   |
|    | やや悪くなっている | 繊維工業（団体職員）              | 受注量や販売量の動き   | ・タオルの産地にとっては最需要期であるが、受注件数は例年より少なく感じられる。ただし、法人の大口需要もあり、受注量は昨年並みとなる。  |
|    |           | 繊維工業（総務担当）              | 受注量や販売量の動き   | ・受注数の減少が生産数の減少につながり、生産に従事する外注加工先の収入が減ってきている。  |
|    |           | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・季節的要因を除くと悪くなっている。  |
|    |           | 化学工業（管理担当）              | 受注量や販売量の動き   | ・電機関係及び建築関係の製品は、販売数量が前年比で14%減少している。   |
|    |           | 金属製品製造業（営業担当）           | 受注価格や販売価格の動き | ・景気悪化に伴い、客先に足元をみられて執ような値下げ要求を受けている。   |
|    |           | 金属製品製造業（管理担当）           | 受注量や販売量の動き   | ・定時での仕事が確保できないため、交代で平日に休み、人件費の削減を行っている。   |
|    |           | 電気機械器具製造業（企画担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・状況はここ2か月変化がなく、昨年水準を維持している。   |
|    |           | 電気機械器具製造業（企画担当）         | 取引先の様子       | ・販売価格交渉が一段と厳しくなっている。  |
|    |           | 建設業（営業担当）               | 受注価格や販売価格の動き | ・人手不足で原価がかさんでいるが、工事価格に転嫁できない。   |
|    |           | 広告代理店（営業担当）             | 受注量や販売量の動き   | ・クライアントからの広告の注文が少なくなってきており、新規先も減っている。   |

| 分野                 | 景気の現状判断                      | 業種・職種  | 判断の理由                | 追加説明及び具体的状況の説明   |  |
|--------------------|------------------------------|--|----------------------|--|--|
|                    | 悪く<br>なっている                  | 経営コンサルタント                                      | 取引先の様子               | ・コンサルタントで、主に関西圏の家電メーカー及び関連メーカーでの仕事をしているが、家電の主要メーカーの業況が悪いために、非常に困難な状態にある。                                       |  |
|                    |                              | その他非製造業<br>[機械器具卸]<br>(経営者)                    | 取引先の様子               | ・海運会社との取引が高いシェアを占めているが、船の数が減ってきており、これからも減らす予定が出ているので、今後ますます悪くなる。   |  |
|                    |                              | 金属製品製造業<br>(経営者)                               | 受注量や販売量の動き           | ・海外製品との競争が続くなか、為替格差によって国産品の製造、販売が激減している。   |  |
|                    |                              | 電気機械器具製造業<br>(営業担当)                            | 競争相手の様子              | ・同業者も同じく仕事がない。   |  |
|                    |                              | 不動産業 (営業担当)                                    | 取引先の様子               | ・円高で事業所が神戸から出ていき、住民も減っている。空室が増加しているほか、賃貸マンションや事務所の賃料も下がっている。   |  |
| 雇用<br>関連<br>(近畿)   | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | —  | —                    | —  |  |
| 変わらない              | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | 人材派遣会社<br>(経営者)                                | 求人数の動き               | ・11月に入って、通常のペースに戻ってきた感じがする。年末や年度末に向けての動きも少しずつ出てきている。景気動向としては上向きではないかと思われ、ある職種に限れば活発さが出ているなど、少なくとも徐々に良くなってきている。 |  |
|                    |                              | 人材派遣会社<br>(支店長)                                | 求人数の動き               | ・求人自体は増えてきているが、スタッフの確保に苦慮している。   |  |
|                    |                              | 民間職業紹介機関<br>(職員)                               | 求職者数の動き              | ・日雇い労働者不足による未充足の求人票（ほとんどが建設部門）が、窓口で徐々に増えている。   |  |
|                    |                              | 学校 [大学]<br>(就職担当)                              | 周辺企業の様子              | ・南港へのコンテナ船は、11月中旬以降、入港が尖閣問題発生以前の状況に戻りつつある。   |  |
|                    | 変わらない                        | 変わらない  | 人材派遣会社<br>(役員)       | 求職者数の動き  | ・先月に引き続き求人数は回復基調にあるものの、マッチングに難航し、雇用者数の増加にはつながっていない。  |
|                    |                              |  | 人材派遣会社<br>(営業担当)     | それ以外   | ・貿易赤字の拡大やデフレが解消されず、賃金も上がらない。   |
|                    |                              |  | 新聞社 [求人広告]<br>(営業担当) | 求人数の動き   | ・衆議院の総選挙が決まり、今後政権がどうなるかを見極めた上での動きとなるため、状況は変わっていない。   |
|                    |                              |  | 新聞社 [求人広告]<br>(営業担当) | 求人数の動き   | ・新聞の求人広告は、引き続き低調である。   |
|                    |                              |  | 職業安定所 (職員)           | 求人数の動き   | ・新規求人数は9か月連続で増加したが、年末に向けたアルバイトなどの非正規社員の求人が目立ち、正社員求人の伸びは鈍化している。ただし、新規求職者数が引き続き減少しているほか、中国情勢などに大きな影響を受けているという事業所の声もあまり聞かれず、現時点で雇用情勢からは景気が悪化しているという感覚はない。 |
|                    |                              |  | 職業安定所 (職員)           | 周辺企業の様子  | ・大手電機メーカーが収益悪化のため、人員整理することが決まっている。その影響で下請企業にどれだけのダメージがあるかは分からないが、それなりの悪影響が出る。  |
|                    |                              |  | 民間職業紹介機関<br>(大学担当)   | 採用者数の動き  | ・実際には、2013年3月卒業予定の学生の3～4割は就職先が決まっていなくてもかわらず、次の年度の採用が始まろうとしている。   |
|                    |                              |  | 学校 [大学]<br>(就職担当)    | 求人数の動き   | ・大学に求人を出してくる企業数が、昨年よりも2割ほど増加している。  |
|                    |                              |  | やや悪く<br>なっている        | やや悪く<br>なっている  | 新聞社 [求人広告]<br>(担当者)  |
| 職業安定所 (職員)         | 求職者数の動き                      | ・新規求職者数が増加している。企業整理などによる離職 (予定) 者の求職申込が見受けられる。 |                      |  |  |
| 職業安定所 (職員)         | 求人数の動き                       | ・新規求人数の動きについては、2か月連続で増加している。                   |                      |  |  |
| 民間職業紹介機関<br>(営業担当) | 周辺企業の様子                      | ・再就職支援業務の需要が高まっている。                            |                      |  |  |
| 民間職業紹介機関<br>(支社長)  | 求人数の動き                       | ・新規求人数が伸び悩み始めている。                              |                      |  |  |



| 分野 | 景気の現状判断     | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-------------|-------|-------|----------------|
|    | 悪く<br>なっている | —     | —     | —              |

### 8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断       | 業種・職種               | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |                                       |
|----------------------------|---------------|---------------------|--|---|---------------------------------------|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(中国) | 良く<br>なっている   | 百貨店（営業担当）           | 単価の動き  | ・気温の低下時期が遅く、実需がずれ込んでいるため今月に需要が集中している。   |                                       |
|                            |               | 競艇場（職員）             | 販売量の動き   | ・11月に開催したグレード1競走において、携帯等の電話による投票売上及び協力他場の売上が多く確保できている。  |                                       |
|                            | やや良く<br>なっている | 商店街（代表者）            | 来客数の動き   | ・商店街のイベント時は来客数が増加する。  |                                       |
|                            |               | 百貨店（営業担当）           | 販売量の動き   | ・今月は前年同月比で100%を超えている店舗が半数あり、先月よりは良い状況である。寒くなってアウターが売れていることもあるが、近隣のアウトレットの影響を強く受けていたテナントが若干持ち直し、客足が戻りつつある。                 |                                       |
|                            |               | 百貨店（購買担当）           | お客様の様子   | ・先月に比べて冬の気配が高まり、気温が下がって高額品のコートやジャケットが好調で、ウォームビズ関連商品もかなり売れている。総選挙告知直後は客足が少し減ったが、今月は前年をかなり上回った数字で推移している。                    |                                       |
|                            |               | 百貨店（売場担当）           | お客様の様子   | ・当店の閉店発表の後、にわかに来客数が増加し、特定アイテムの先買いや、買いだめ的な需要により堅調な売上を維持している。   |                                       |
|                            |               | スーパー（店長）            | 販売量の動き   | ・気温低下に伴い、機能下着や冬支度商品の動きが良くなっている。ウォームビズでの「節電」や「健康」といったテーマの商品の売行きが良い。  |                                       |
|                            |               | スーパー（総務担当）          | 単価の動き  | ・客単価が若干上向きになっている。   |                                       |
|                            |               | スーパー（販売担当）          | 販売量の動き   | ・例年の傾向で、年末が近づくに連れてまとめ買いをする客が増えてきている。  |                                       |
|                            |               | コンビニ（エリア担当）         | 販売量の動き   | ・気温が下がったこともあり、中華まんの販売量が増えた。   |                                       |
|                            |               | 住関連専門店（営業担当）        | 来客数の動き   | ・特別販売セールを行ったので来客数が増加した。   |                                       |
|                            |               | その他専門店〔和菓子〕（経営者）    | 来客数の動き   | ・要因ははっきりしないが売上は順調に推移している。   |                                       |
|                            |               | 一般レストラン（経営者）        | お客様の様子   | ・政権交代に期待するが以前よりは景気が良い。  |                                       |
|                            |               | 都市型ホテル（企画担当）        | 来客数の動き   | ・宿泊者数、レストラン客数が少し増えてきている。  |                                       |
|                            |               | 通信会社（工事担当）          | 販売量の動き   | ・申込件数が前月より増加している。   |                                       |
|                            |               | テーマパーク（業務担当）        | 来客数の動き   | ・冬季イルミネーションイベントを中旬から開催した効果で順調に来園者数が伸びている。秋のイベント期間は競合する施設やイベントによるマイナス効果で来園者数が伸びなかったが、各種広報展開によるリピーター促進と新たな来園者の掘り起こしを期待している。 |                                       |
|                            |               | その他レジャー施設（アミューズメント） | 来客数の動き   | ・同居する映画館で話題性のある作品公開が続いており、それをきっかけに来客数が前年比20%近く増えている。特に若者層の来店が多くなっていることで、当店の商品にも好影響が出ている。                                  |                                       |
|                            |               | 設計事務所（経営者）          | 販売量の動き   | ・住宅の引き合いや成約件数が増加している。建築主は消費税が増税される前に建築をしたいということと、駆け込み需要による物価高がおこる前にという思惑がある。  |                                       |
|                            |               | 変わらない               | 商店街（代表者）   | 販売量の動き  | ・客単価が下がっている傾向が続いており、来街者数も落ち込んでいる。     |
|                            |               |                     | 商店街（代表者）   | お客様の様子  | ・秋の観光シーズンも大詰めになり観光客数は増えたが、買物をする人が少ない。 |
| 一般小売店〔茶〕（経営者）              | 来客数の動き        |                     | ・先月の売上が非常に悪く、その反動で今月はやや売上が良い状態であるが、累計では前年を割っている状態で先行きは不安である。 |   |                                       |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                     | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|---------------------------|--------|--|
|    |         | 一般小売店〔酒店〕（経営者）            | お客様の様子 | ・客が料理をしなくなり、野菜や魚類など素材の販売量が減少しているため、惣菜関係に力を入れなくてはならない。得意先の飲食店は忘年会予約が昨年と変わらない様子である。                                |
|    |         | 一般小売店〔酒店〕（経営者）            | 販売量の動き | ・相変わらず料飲店の売上が芳しくなく、客はなかなか外食などをしなくなっている。  |
|    |         | 百貨店（営業担当）                 | お客様の様子 | ・11月末にカード優待20%引きでの販売セールを行っているが売上は良くない。12月末から1月に行う一部のブランド品のプレクリアランス待ちの客が増えている。                                    |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）               | お客様の様子 | ・歳暮のピークが近づいてきたが、前年を下回っている。総選挙告知や前年の大手企業の業容縮小も要因にあるが、個人客の件数の絞込みと単価低下が顕著である。その反面、早い冬型への気候推移はファッションや寝具等へは追い風となっている。 |
|    |         | 百貨店（売場担当）                 | 販売量の動き | ・11月前半にアウターがようやく動き、主力の衣料品が全般に好調である。防寒雑貨やショートブーツの売上も安定しており、後半は優待会などの販売促進による売上の維持が大きい、なんとか前年並みで推移する見込みである。         |
|    |         | 百貨店（販売担当）                 | 販売量の動き | ・先月は気温が高く冬物の動きが不調だったが、今月は気温の低下とともに非常によく動いた。客単価も前年を2ポイント上回る結果となっている。  |
|    |         | スーパー（店長）                  | 販売量の動き | ・客単価に変化はない。  |
|    |         | スーパー（店長）                  | 来客数の動き | ・来客数は前年の98%で推移している。  |
|    |         | スーパー（店長）                  | 販売量の動き | ・ここ数か月、客1人当たりの販売点数が昨年より落ちている。  |
|    |         | コンビニ（副地域ブロック長）            | 来客数の動き | ・製造業の業績悪化で工場近辺に立地する店舗の来客数が減少している。人員整理や工場閉鎖・規模縮小の影響が出ている。   |
|    |         | 衣料品専門店（地域ブロック長）           | 来客数の動き | ・昨年に比べて就職活動中の学生の動きは良くないが、11月はイベントによる来客数は増加している。  |
|    |         | 家電量販店（店長）                 | お客様の様子 | ・大手家電メーカーに関する報道が流れており、不安感が煽られ販売につながらない。  |
|    |         | 乗用車販売店（店長）                | 販売量の動き | ・サービス入構は好調であるが、販売量は前年の75%で推移している。  |
|    |         | その他専門店〔海産物〕（経営者）          | 販売量の動き | ・11月はカニのシーズンになり客は増えたが、例年に比べ来客数、販売量、購買単価ともに低くなっている。   |
|    |         | その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）     | 来客数の動き | ・土日の集客はあるが、目玉商品だけが動いている。   |
|    |         | その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）    | お客様の様子 | ・休日は来客数は多いが、金を使わないで時間を過ごす時間消費型の傾向が強くなり、買上単価の低い状態が続いている。  |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）             | 来客数の動き | ・週末の予約は増えているが、平日の来客数は少ない。  |
|    |         | その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人） | お客様の様子 | ・客の購買量、単価は以前と変わりなく安定しており、今月は紅葉で例年通り週末は客が多い。  |
|    |         | 観光型ホテル（支配人）               | 販売量の動き | ・今月の売上は前年を7～8ポイント下回る見込みであるが、これは婚礼売上が要因であり、その他の部門では前年並みか前年を上回っている。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）              | お客様の様子 | ・忘年会の予約は例年並みに入っているが、若干ホテルの宴会場から居酒屋に流れている傾向がある。   |
|    |         | 都市型ホテル（企画担当）              | 来客数の動き | ・総選挙の影響で具体的な景気対策が動かない。自動車や家電業界の低迷などもある。  |
|    |         | タクシー運転手                   | 来客数の動き | ・夕方までの乗車率に変化はないが夜が悪い。  |
|    |         | 通信会社（企画担当）                | お客様の様子 | ・賞与月を控えているので客の購買意欲やサービス・商品の選別におけるし好が低下してはいない。客の個別事情にもよるが、サービスの追加やアップグレードする人もいる。                                  |
|    |         | 通信会社（営業担当）                | 販売量の動き | ・全体の動きが少ないなかで、客の低価格志向が完全に定着している。   |

| 分野               | 景気の現状判断   | 業種・職種                       | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------------------|-----------|-----------------------------|--|--|
|                  |           | テーマパーク (管理担当)               | 来客数の動き   | ・来館者数、購買額、購買単価ともに3か月前と変わらず10%落ちている。  |
|                  |           | テーマパーク (広報担当)               | 来客数の動き   | ・団体客の減少傾向が続いている。   |
|                  |           | ゴルフ場 (営業担当)                 | 来客数の動き   | ・天候に恵まれ好調である。近郊のゴルフ場も同様であるが、集客争いで単価が下がっている。  |
|                  |           | その他サービス [介護サービス] (介護サービス担当) | お客様の様子   | ・福祉という職業柄、来客数から景気の判断はできないが、客本人やその家族の様子や話のなかで景気の変化はうかがえない。  |
|                  |           | 設計事務所 (経営者)                 | 競争相手の様子  | ・同業者の受注状況は、受注増の会社と現状維持が精一杯の会社とバラつきがあり、受注状況は改善されていない。   |
|                  |           | 設計事務所 (経営者)                 | お客様の様子   | ・客は単価が低い方を選び、出費を抑える傾向が続いている。   |
|                  |           | 設計事務所 (経営者)                 | 来客数の動き   | ・古い木造住宅の耐震診断や耐震補強計画の相談はあるが、なかなか収益に結び付かない。  |
|                  |           | 住宅販売会社 (販売担当)               | 単価の動き  | ・灯油価格等は高値のまま冬季に入り、光熱費の負担が家計を圧迫している。円も下がり気味の傾向にあり、値下がりの期待も薄い。お歳暮商戦に入ったが、地元百貨店の売れ筋相場も昨年並みとの報道もされている。 |
|                  |           | 住宅販売会社 (営業担当)               | お客様の様子   | ・客の様子や来客数などから変動の見込みはない。  |
|                  | やや悪くなっている | 商店街 (理事)                    | 販売量の動き   | ・11月初旬から商店街での売り出しがあるが、客の財布のひもは固く、買上点数は減少している。  |
|                  |           | 商店街 (代表者)                   | 単価の動き  | ・11月の売上は悪くなかったが、衆議院解散で極端に落ちて先行きが不安である。   |
|                  |           | 商店街 (代表者)                   | 来客数の動き   | ・来客数がかなり減ってきている。飲食店の常として朝の時間帯は固定客で占められているにもかかわらず、その数が減り、昼の時間帯にも景気の悪さの影響が出てきている。                    |
|                  |           | 商店街 (代表者)                   | 販売量の動き   | ・11月に入っても客の購買意欲は感じられず、販売量・金額とも低迷している。  |
|                  |           | 一般小売店 [印章] (経営者)            | 来客数の動き   | ・駅再開発による駅支店閉店のため、駅近隣の客には年賀状印刷注文を本店でお願いしているものの、注文の減少は免れない。  |
|                  |           | 百貨店 (売場担当)                  | 販売量の動き   | ・仏具などは売れているが、単価の高いものは売れない。   |
|                  |           | スーパー (店長)                   | 来客数の動き   | ・来店頻度が前年割れしている自店だけではなく、会社全体も悪くなっている。   |
|                  |           | スーパー (業務開発担当)               | 単価の動き  | ・競合対策だけでなく生鮮食品を始め全体的に単価が低下するとともに、客単価も下がり年末に向け厳しい状況が続いている。  |
|                  |           | スーパー (販売担当)                 | 来客数の動き   | ・冷え込みが厳しくなり、開店時の出足が悪く来客数も減少している。   |
|                  |           | スーパー (管理担当)                 | 来客数の動き   | ・来客数が減少したままである。  |
| コンビニ (エリア担当)     |           | 単価の動き                       | ・先月末から今月にかけて単価の安いプライベートブランドの売上が良かったが、そのせいで客単価が落ちている。安い商品を多数買ってもらえたらいいが、思惑通りにはいかない。 |  |
| コンビニ (エリア担当)     |           | 来客数の動き                      | ・来客数は増えず、単価も減少傾向である。   |  |
| 衣料品専門店 (経営者)     |           | 来客数の動き                      | ・世間の雰囲気は緊縮の方向に向いている。   |  |
| 衣料品専門店 (地域ブロック長) |           | 単価の動き                       | ・来客数は増加しているが、買上点数と単価は低下している。   |  |
| 家電量販店 (店長)       |           | 販売量の動き                      | ・テレビとレコーダーの需要回復傾向がみられず、パソコンも新しいOSの発売による盛り上がり期待したが低調である。生活家電は堅調であるが大幅な伸びはない。        |  |
| 家電量販店 (企画担当)     |           | 来客数の動き                      | ・来客数が減少しており、来店しても購入を悩む客が多い。  |  |
| 乗用車販売店 (統括)      |           | 販売量の動き                      | ・11月の販売量は前年比72.4%、前々年比76.8%と大変厳しい状況となっている。   |  |
| 乗用車販売店 (副店長)     |           | 販売量の動き                      | ・政局が不安定であることと、諸外国との外交問題がネックとなっている。   |  |

| 分野          | 景気の現状判断         | 業種・職種   | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-------------|-----------------|---|---|---|
|             |                 | 一般レストラン(経営者)  | お客様の様子  | ・最近計算をしつつ飲食をする客が増えている。今までも大雑把に計算していただろうが、携帯電話等を使用して注文止めをしている。これまではあまり見受けられない状況なので、組単価の落ちこみも含め営業が難しくなっている。 |
|             |                 | 一般レストラン(エリア担当)  | 来客数の動き  | ・夜の客数の減少が激しく、繁華街の寒さと静けさをとても感じる。   |
|             |                 | 一般レストラン(外食事業担当)   | 来客数の動き  | ・平日と日曜日の午後9時以降の来客数が減少し、金曜日の売上も良くない。   |
|             |                 | 都市型ホテル(総支配人)  | 来客数の動き  | ・山陰地区への観光客の入込は前年を下回る水準で推移している。一般ビジネス客の動きも前年に比べ3%程度減少している。   |
|             |                 | 旅行代理店(経営者)  | お客様の様子  | ・これからカニなどの冬の商戦が始まるが、その前に総選挙があるので、旅行業界にとって大ピンチである。   |
|             |                 | タクシー運転手   | 来客数の動き  | ・運行回数が減少し売上も落ち、特に夜は客が少ない。   |
|             |                 | タクシー運転手   | お客様の様子  | ・忘年会がまだ始まらない。   |
|             |                 | タクシー運転手   | 来客数の動き  | ・不景気な風が街に流れている。   |
|             |                 | 通信会社(広報担当)  | お客様の様子  | ・増税や株価低迷、社会・政治情勢が影響しているか定かではないが、ぜいたく品より必需品の購入割合が高くなっており、特価品が出ると朝早く並んで購入する傾向が見受けられる。                       |
|             |                 | 通信会社(営業担当)  | 販売量の動き  | ・冬商戦の本格的な動きが12月以降のため11月は厳しい状況である。   |
| 住宅販売会社(従業員) | 競争相手の様子         | ・競争の激化は当然であるが、利益度外視的な状況も出ている。仕事さえあれば良いという業者までいる状況が見受けられる。 |   |   |
| 悪くなっている     | 一般小売店〔紙類〕(経営者)  | 来客数の動き  | ・観光シーズンであるが、来客数は減少している。   |   |
|             | スーパー(店長)        | 来客数の動き  | ・歳末ギフトも早期展開しているが動きが鈍い。賞与の有無、あっても非常に少ない状況で消費マインドが冷え切っている。                            |   |
|             | スーパー(財務担当)      | 来客数の動き  | ・大手同業他社の異常な低価格競争と販売促進の強化により、既存店来客数の前年割れが続いている。                                      |   |
|             | 自動車備品販売店(経営者)   | 販売量の動き  | ・前年を大きく下回ることが多く、単価も低い。デフレで小売店は実販売価格を値上げできず、メーカーの度重なる値上げで利益も圧迫され青色吐息である。             |   |
|             | 自動車備品販売店(経営者)   | 販売量の動き  | ・前年比75%で最悪な状況である。   |   |
|             | その他専門店〔時計〕(経営者) | 来客数の動き  | ・例年11月は売上が下がるが、今年の前月比はここ3年間で最低を記録しそうである。宝飾品の売上が下がるのは理解できるが、必需品に近いメガネの売上が悪い原因がわからない。 |   |
|             | その他専門店〔布地〕(経営者) | 来客数の動き  | ・政治の不安定さが要因の一つかもしれないが、冬支度の時期なのに客足は鈍い。   |   |
|             | 美容室(経営者)        | 来客数の動き  | ・11月の来客数や売上の落ち込みが例年に比べて激しい。   |   |
|             | 美容室(経営者)        | 競争相手の様子   | ・三連休があり土日の客の動きが悪い。  |   |
|             | 企業動向関連(中国)      | 良くなっている   | 輸送用機械器具製造業(経営者)   | 受注量や販売量の動き  |
| やや良くなっている   |                 | 建設業(総務担当)   | 受注量や販売量の動き  | ・期間をかけて営業していた大型物件が受注につながっている。ただし工期が重複し、技術者不足で新規物件の受注に不安がある。   |
| 変わらない       |                 | 食料品製造業(総務担当)  | 受注量や販売量の動き  | ・業界全体の景気が悪い。  |
|             |                 | 化学工業(総務担当)  | 受注価格や販売価格の動き  | ・依然として円高の影響による競争力の低下が収益に大きく影響している。  |
|             |                 | 一般機械器具製造業(経理財務担当)   | 受注価格や販売価格の動き  | ・国内販売状況は引き続き低調である。  |
|             |                 | 輸送用機械器具製造業(経営企画担当)  | 受注量や販売量の動き  | ・主要客から国内受注内示が来るたびに下方修正されている。また中国の減産も激しくなっている。   |
| 建設業(経営者)    | 受注量や販売量の動き      | ・近辺の事業所の廃止、百貨店の撤退話もあり景気は良くない。                             |   |   |

| 分野           | 景気の現状判断   | 業種・職種           | 判断の理由              | 追加説明及び具体的状況の説明   |   |   |
|--------------|-----------|-----------------|--------------------|--|---|---|
|              |           | 通信業（営業企画担当）     | 取引先の様子             | ・情報セキュリティ製品照会の評判は良いが、導入については費用面から商談が保留となっている案件が7割程度となっている。   |   |   |
|              |           | 通信業（営業担当）       | 受注量や販売量の動き         | ・ネットワークの新規申込が伸び悩んでいる。通信機器の更改も見送るケースが多く販売成果が伸び悩む。   |   |   |
|              |           | 金融業（自動車担当）      | 取引先の様子             | ・クリーンディーゼルエンジンの新型車の受注が好調であり、自動車部品メーカーの操業は徐々に高まっている。しかし既存車種の販売が伸び悩んでいるため、会社全体の生産水準はほぼ前年並みに止まっている。                         |   |   |
|              |           | 金融業（営業担当）       | 取引先の様子             | ・大多数の企業は景気が良くなっているとは捉えていない。近年は受注環境が厳しいなか、経費削減により何とか経営を継続している状況である。景気の影響が大きい小売やサービス業は、直近3か月で取引先の業況に影響されることはなく、景気は変わっていない。 |   |   |
|              |           | 不動産業（総務担当）      | それ以外               | ・来客数と成約件数はほぼ変わらない。   |   |   |
|              |           | 会計事務所（職員）       | 取引先の様子             | ・どの業種も停滞感が数字に出ている。各業種、各事業主はよく健闘しているものの業績に結果が表れていない。現状では頭打ちの感が強い。   |   |   |
|              | やや悪くなっている |                 | 農林水産業（従業者）         | それ以外   | ・10月と7月を比較すると水揚げ数量が655トンの減少、水揚げ金額は5,760万円の増加である。10月単月前年比は水揚げ数量が2,000トンの減少で昨年の36.1%、水揚げ金額は2億6,100万円の減少で昨年の67.4%となっている。 |   |
|              |           |                 | 化学工業（経営者）          | 取引先の様子   | ・取引先の業況について、特に中国向け輸出の減少、中国工場の減産による下方修正等の話題が散見されるようになっている。   |   |
|              |           |                 | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | 受注量や販売量の動き   | ・好調だった生産も受注の谷間と工事案件受注が重なり生産量がやや減少してきている。  |   |
|              |           |                 | 鉄鋼業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・中国経済の減速、欧州の金融・財政危機が依然深刻で需要増の手ごたえはない。   |   |
|              |           |                 | 鉄鋼業（総務担当）          | 受注価格や販売価格の動き   | ・国内需要水準が低い状況下、安価な海外製品流入及び国内メーカーも基調をそろえる動きがみられ、一層のデフレ感がある。   |   |
|              |           |                 | 非鉄金属製造業（経理担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・自動車産業に関連する製品の販売減少が激しくなっている。  |   |
|              |           |                 | 金属製品製造業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前に比べて工作機械業界からの受注量が半減しており、非常に厳しくなっている。   |   |
|              |           |                 | 電気機械器具製造業（総務担当）    | 受注量や販売量の動き   | ・受注単価、受注量ともに低下傾向である。長引く円高、対中国への輸出の大幅減少が小企業を直撃している。疲弊している製造業に追い討ちをかけるように大手企業の生産調整の影響を受け前途多難である。                        |   |
|              |           |                 | 輸送業（業務担当）          | 取引先の様子   | ・大口客の業績の悪化が継続しているのに加え、年末を控えて荷動きが増加してこない。  |   |
| 輸送業（支店長）     |           |                 | 受注量や販売量の動き         | ・個人発送の持ち込みが大きくなり、会社関係は前年を維持しているが落ち込みは顕著である。  |   |   |
| 輸送業（総務担当）    |           |                 | 取引先の様子             | ・客の人員整理等がある。   |   |   |
| 広告代理店（営業担当）  |           |                 | 受注量や販売量の動き         | ・クライアントの受注量減少傾向が各業界から出ており、年末にかけ下方傾向である。  |   |   |
| 悪くなっている      |           |                 |                    | 食料品製造業（総務担当）   | 取引先の様子  | ・取引先の売上が落ちている情報が多数ある。                               |
|              |           |                 |                    | その他製造業【スポーツ用品】（総務担当）   | 受注価格や販売価格の動き  | ・石油値上げに関連して材料関係の値上げが相次いでいるが、商品の値上げは不可能な状況であり非常に厳しい。 |
| 雇用関連<br>(中国) | 良くなっている   | —               | —                  | —  |   |   |
|              | やや良くなっている | 民間職業紹介機関（職員）    | 求人数の動き             | ・退職者の補充ではなく純増のための求人が増加しつつあるが、それが特定の業界に限定されたものではない。   |   |   |
|              | 変わらない     | 人材派遣会社（営業担当）    | 求人数の動き             | ・製造業からの求人依頼が相変わらず鈍く、例年であれば発生する年末までの短期需要も今年は低調である。  |   |   |
|              |           | 求人情報誌製作会社（広告担当） | 周辺企業の様子            | ・特に目立った活発な動きはない。   |   |   |

| 分野        | 景気の現状判断 | 業種・職種                     | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------|---------|---------------------------|---------|--|
|           |         | 求人情報誌製作会社（採用支援担当）         | 求人数の動き  | ・2014年度の新卒採用は昨年度を上回る勢いであるが、直近では採用凍結などの景気悪化の影響を受けた事象が起き始めている。   |
|           |         | 職業安定所（産業雇用情報担当）           | 求人数の動き  | ・新規求人数は3か月前と比べ微増状態であり、あまり変化はない。  |
|           |         | 職業安定所（産業雇用情報担当）           | 求職者数の動き | ・有効求人倍率が5か月連続で1倍を超えているが、新規求職者数は3か月前より20.4%増加しており、景気が上向いているとは言えない。  |
|           |         | 民間職業紹介機関（人材紹介担当）          | それ以外    | ・衆議院の解散が決まり、今後の見通しが明確になるまで市場は様子見の状況になっている。   |
|           |         | その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員） | 求人数の動き  | ・学校の耐震工事等の公共事業が活発な建設業とテレフォンオペレーターの派遣業の大量求人があったサービス業で求人数が増加となったが、電気機械製造を中心に製造業が低調なことから求人全体では横ばいとなった。                                    |
| やや悪くなっている |         | 人材派遣会社（支社長）               | 求人数の動き  | ・抵触日対応・労働者派遣法改正・労働契約法改正を見据えて動いている企業が多く、受注は減少傾向である。   |
|           |         | 人材派遣会社（営業担当）              | 求職者数の動き | ・企業側の求人に対して求職者の反応が鈍い。  |
|           |         | 求人情報誌製作会社（サイト運営担当）        | 採用者数の動き | ・2014年度新卒採用に積極的な企業が多い。   |
|           |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者）            | 雇用形態の様子 | ・ハローワーク求人申込窓口で、求人票の「賞与」欄の項目に「なし」と書く事業主が増えている。特記事項欄に「業績次第ではあり」と付け加えるところもある。実際に求人を訪れた事業主の話では、「賞与、昇給なしでも人が来てくれるのか」と驚いていた。それだけ求職が難しくなっている。 |
|           |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者）            | 求人数の動き  | ・9月の有効求人倍率は前年比0.05ポイント低下で17か月ぶりに悪化している。従業員1,000人以上の企業の求人は計59人と前年同月に比べ約7割ダウンしており、長期的な影響が危惧される。  |
|           |         | 職業安定所（雇用開発担当）             | 求人数の動き  | ・新規求人数が3か月前と比べ、前年同月比で伸びが落ち込んでいる。   |
| 悪くなっている   |         | —                         | —       | —  |

## 9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野                      | 景気の現状判断   | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-------------------------|-----------|-------------------|--------|---|
| 家計動向関連<br>(四国)          | 良くなっている   | —                 | —      | —   |
|                         | やや良くなっている | 衣料品専門店（総務担当）      | 単価の動き  | ・11月は気温が低く、コートなどの重衣料の動きが改善した。客単価が上昇しており、全体の売上も底上げされ、前年比5%強プラスになった。        |
|                         | 変わらない     | 商店街（代表者）          | 来客数の動き | ・秋物商戦がかなり好調に推移している。来街客も土日を中心に観光客がかなり入っており、特に3連休はかなりのぎわった。しかし、顧客の財布のひもは固い。 |
|                         |           | 商店街（事務局長）         | 来客数の動き | ・寒さが本格化して衣料品等の動きは堅調さが見られるが、一方で総選挙が決まったため、12月前半くらいまでは人の動きや消費は鈍くなると考えている。   |
|                         |           | 百貨店（総務担当）         | 来客数の動き | ・来店客数の動向および歳暮受注状況の動向から、変わらないと判断する。  |
|                         |           | 百貨店（営業担当）         | 販売量の動き | ・来客数は前年比プラスになっているが、顧客は好みのものしか買わない。  |
|                         |           | スーパー（企画担当）        | 来客数の動き | ・好調な企業と悪い企業が極端になってきており、競合の状況が変わってきている。                                    |
|                         |           | スーパー（財務担当）        | 来客数の動き | ・3か月前と比較して、特に大きな変化はない。売上高、来客数ともほぼ前年並みである。                                 |
|                         |           | 衣料品専門店（経営者）       | 販売量の動き | ・今月中旬から気温が低下したため、冬物の売行きが、ほぼ前年並みになっている。                                    |
| その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | 販売量の動き    | ・衣料品関連が上向きになっている。 |        |   |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|----------------------|--------|--|
|    |           | 観光型旅館（経営者）           | 単価の動き  | ・人の動きも良くないし、宿泊や宴会の単価の高い顧客の利用が減っている。  |
|    |           | タクシー運転手              | 来客数の動き | ・今月が秋のお遍路のピークなので、売上はまずまずであった。しかし、街中は昼も夜も人が少ない状況が続いている。                       |
|    |           | 通信会社（社員）             | 販売量の動き | ・競合他社も含めて、話題性の高いモデルが秋までに発売しており、年末商戦は盛り上がらないと思う。                              |
|    |           | 通信会社（営業担当）           | お客様の様子 | ・新商品ラインナップがそろそろ前であり、他社との競争が更に激化している。   |
|    |           | 設計事務所（職員）            | 販売量の動き | ・今年も例年どおり、年度末の納期に向けて、販売量が増えている。耐震・防災事業については、発注規模に大きな落ち込みがなく、例年並みを維持できそうである。  |
|    | やや悪くなっている | 商店街（代表者）             | お客様の様子 | ・年末の総選挙は消費の低迷に繋がり、選挙後は、これまで以上に政局の混乱が加速すると考えられる。来年度の中小企業支援政策打ち切りも、かなり影響すると思う。 |
|    |           | 一般小売店〔生花〕（経営者）       | 販売量の動き | ・法人の御祝用商品はこれまでとあまり変わらないが、個人消費が少ない。また、繁華街の人出が少なく、活気がない。                       |
|    |           | 一般小売店〔酒〕（販売担当）       | お客様の様子 | ・とにかく街中心部の人口が少なすぎる。住まいもショッピングセンターも郊外型になってしまって、中心部では商売が成り立たない。                |
|    |           | 一般小売店〔書籍〕（営業担当）      | 販売量の動き | ・店頭売上も外商売上も前年割れとなっている。   |
|    |           | スーパー（店長）             | 来客数の動き | ・来客数の前年割れを営業努力による客単価アップで補っている状態である。  |
|    |           | スーパー（店長）             | 販売量の動き | ・特売商品の単価もますます下落しているが、価格を下げて販売量が減っている。必要な物以外は買わないという状況である。                    |
|    |           | コンビニ（店長）             | 来客数の動き | ・ポイントやクーポン等の利用率が上昇しており、節約志向が強くなっている。特にポイントカードの利用者が50パーセントに達している。             |
|    |           | コンビニ（総務）             | 来客数の動き | ・前年に比べ、来客数が目に見えて悪化している。  |
|    |           | 乗用車販売店（役員）           | 販売量の動き | ・エコカー補助金が9月で終了し、受注は減少傾向にある。しかし、11月は予想していたほど販売は落ちず、景気状況がつかみにくい。               |
|    |           | その他飲食〔ファーストフード〕（経営者） | 来客数の動き | ・チラシを入れても反応が悪く、売上に結び付かない。  |
|    |           | 都市型ホテル（経営者）          | 来客数の動き | ・宿泊や宴会はまずまず堅調であるが、地元客の多いレストラン部門の来客数と客単価が落ちており、景気はまだ底についていないと感じる。             |
|    |           | 旅行代理店（支店長）           | 販売量の動き | ・個人旅行では、円安と尖閣諸島問題による需要低迷で海外旅行が落ち込んでいる。また、団体旅行も昨年より減っている。                     |
|    |           | タクシー運転手              | お客様の様子 | ・官製談合問題で、建設関係の飲食がなくなり、夜の街は冷え込んでいる。昼間の状況は、3か月前と比べてやや悪くなっていると感じる。              |
|    |           | 通信会社（企画）             | お客様の様子 | ・顧客の商品への関心度合いが下がってきていると感じる。  |
|    |           | ゴルフ場（従業員）            | 来客数の動き | ・秋のゴルフシーズンに期待していたが、前年に比べると非常に悪くなっている。  |
|    |           | 競艇場（職員）              | 販売量の動き | ・今月の売上高は、前月比で4.0%減、3か月前比で19.1%減となった。今月は大きなレースがなく、来場者も少なく売上増には結び付かなかった。       |
|    |           | 美容室（経営者）             | お客様の様子 | ・12月まで利用を控える動きがあつて毎年11月は来客が少なく、さらに消費意欲の冷え込みで厳しい状態である。                        |
|    |           | 美容室（経営者）             | お客様の様子 | ・同業者や低価格店が増えて顧客の獲得が難しくなってきた。   |
|    | 悪くなっている   | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・エコカー補助金終了の反動が徐々に始めている。  |
|    |           | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・エコカー補助金終了後の10月から販売量は激減しており、前年比70%前後で推移している。自動車販売業界の景気は悪くなっている。              |

| 分野                     | 景気の現状判断          | 業種・職種                      | 判断の理由            | 追加説明及び具体的状況の説明   |   |
|------------------------|------------------|----------------------------|------------------|--|---|
|                        |                  | 乗用車販売店<br>(営業担当)           | 販売量の動き           | ・買得感を提示してもニーズの掘り起こしが出来ず、ユーザーの購買意欲は冷え切っている。前年を大きく割り込む見込みである。  |   |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(四国) | 良くなっている          | —                          | —                | —  |   |
|                        | やや良くなっている        | パルプ・紙・紙<br>加工品製造業<br>(経営者) | 受注量や販売量<br>の動き   | ・季節商材のキッチン関係や化粧品の上上が伸びている。   |   |
|                        |                  | 一般機械器具製<br>造業(経理担<br>当)    | 受注量や販売量<br>の動き   | ・国内部門は復興需要関連の引き合いが強く好調である。また、海外部門は円安により採算が好転している。  |   |
|                        | 変わらない            | 繊維工業(経営<br>者)              | 受注量や販売量<br>の動き   | ・前年と比べて売上は伸びているが、全体的に見て、あまり景気が良いとは実感できない。  |   |
|                        |                  | 木材木製品製<br>造業(経営者)          | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・復興需要は今年度は大きく見込まれないと思う。また客単価は下落しつつある。  |   |
|                        |                  | 電気機械器具製<br>造業(経営者)         | 受注量や販売量<br>の動き   | ・機械の受注や装置の建設は非常に悪いが、大型太陽光発電の部門は受注も順調で引き合いも多く、非常に忙しい。全社的に見ればまずまずである。  |   |
|                        |                  | 電気機械器具製<br>造業(経理担<br>当)    | 受注量や販売量<br>の動き   | ・低調な状況であるが、受注量も在庫も大きな変動はない。  |   |
|                        |                  | 建設業(経営<br>者)               | 受注量や販売量<br>の動き   | ・相変わらず受注が伸びない。   |   |
|                        |                  | 輸送業(経営<br>者)               | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・売上等は特に変化が無く、変わらない。  |   |
|                        |                  | 輸送業(営業)                    | 受注量や販売量<br>の動き   | ・取扱量はやや回復しているが、前年並みにまでは戻っていない。暖房器具等の季節商材の消費が見込まれるが、消費者の購買意欲が低く、取扱量は伸び悩んでいる。しかし、太陽光発電や省エネ給湯機の取扱量はエコ志向の高まりから大幅に増加している。 |   |
|                        |                  | 輸送業(支店<br>長)               | 受注量や販売量<br>の動き   | ・公共投資による取扱量に変動は無く、燃料価格等のコストも落ち着いており、来年3月まではこの状態が続くと思う。   |   |
|                        |                  | 広告代理店(経<br>営者)             | 取引先の様子           | ・現状では受注量、受注価格や資材価格などに大きな不安要因は無いが、好転する要因も無い。  |   |
|                        |                  | やや悪くなっている                  | 通信業(部長)          | 取引先の様子   | ・衆議院の解散を受けて、先行きが不安視され、取引先企業からの引き合いは模様眺めの状況である。                      |
|                        | 金融業(融資担<br>当)    |                            | 取引先の様子           | ・売上が多くの業種で減少しており、値下げを行っても節約志向が強く、売上が伸びない。  |   |
|                        | 公認会計士            |                            | 取引先の様子           | ・今月の関与先企業の決算を見ると、引き続き前年比でマイナスになっている企業が圧倒的に多い。  |   |
|                        | 悪くなっている          | 鉄鋼業(総務部<br>長)              | 受注量や販売量<br>の動き   | ・円高の影響により、受注量・受注価格が低下している。   |   |
|                        | 雇用<br>関連<br>(四国) | 良くなっている                    | —                | —  | —   |
|                        |                  | やや良くなっている                  | 職業安定所(職<br>員)    | それ以外   | ・10月の月間有効求人倍率は0.80倍で、3か月前より0.07ポイント上昇している。                          |
|                        |                  | 変わらない                      | 人材派遣会社<br>(営業)   | 求職者数の動き  | ・日雇い派遣が原則禁止となり、日々の収入で生計を立てていた求職者の仕事大幅に減少傾向にある。一方で、常勤雇用は大きな変化が見られない。 |
| 学校[大学]<br>(就職担当)       |                  |                            | 求職者数の動き          | ・求人はある程度あるが、求職者数は減っていない。   |   |
| やや悪くなっている              |                  | 人材派遣会社<br>(営業担当)           | 雇用形態の様子          | ・製造関係の求人が減っており、景気に陰りがみえる。  |   |
|                        |                  | 求人情報誌(営<br>業)              | 求職者数の動き          | ・企業が求人広告を出しているが、未経験者から管理者層まで幅広い層の応募が不足している。  |   |
|                        |                  | 職業安定所(職<br>員)              | 周辺企業の様子          | ・製造業を中心に人員整理が発生した。   |   |
|                        |                  | 職業安定所(職<br>員)              | 求人数の動き           | ・新規求人数は前年同月比6.7%減で、5か月連続減少している。求人数減少の要因としては、需要の停滞、売上の減少、競争激化に伴う取扱量の減少等となっている。  |   |
|                        |                  | 民間職業紹介機<br>関(所長)           | 求人数の動き           | ・中途採用を計画している企業が減ってきている。また、来年度以降の採用を予定している企業数も減少している。   |   |



| 分野 | 景気の現状判断     | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-------------|----------------|---------|--|
|    | 悪く<br>なっている | 新聞社〔求人広告〕(担当者) | 周辺企業の様子 | ・近隣の大型スーパーが大きなイベントを開催していたが、集客は今一つであった。広告出稿も金融、官庁、不動産業を中心に不調である。夏以降冷え込んでいる。 |

## 10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断       | 業種・職種                      | 判断の理由                   | 追加説明及び具体的状況の説明   |  |
|----------------------------|---------------|----------------------------|-------------------------|--|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(九州) | 良く<br>なっている   | 住宅販売会社<br>(代表)             | 来客数の動き                  | ・来客数が増えている。業者や大工の予定が詰まっており、受注がかなり先まで入っている。   |  |
|                            |               | 商店街(代表<br>者)               | 販売量の動き                  | ・今月は例年、3か月前より良くなるが、例年以上に消費動向や売上が良くなっている。   |  |
|                            | やや良く<br>なっている | 商店街(代表<br>者)               | 単価の動き                   | ・年末商戦に向けての印刷物の注文が増加した。喪中、年賀状が大半を占めるが、1人あたりの客単価が増加している。ただ、来客数の減少が懸念材料である。   |  |
|                            |               | 百貨店(企画)                    | 販売量の動き                  | ・気温の低下に伴い、冬物商品の動向が良くなっている。店舗入替えによる効果もあるが、好調である。  |  |
|                            |               | 百貨店(売場担<br>当)              | 競争相手の様子                 | ・2店の競合店の動きをみると、1店が3か月前の前年比が1.4%増、今月が同6%増であった。またもう1店は3か月前の前年比が1.0%増、今月が同5%増となっている。当店は3か月前の前年比は4.4%増、今月が同4%とまずまずで、来客数が前年を上回っている。そのほか、非食品の1品単価が前年比3.2%増、客単価で同4%増とそれぞれ前年を上回っている。食品の1品単価も前年から約3%程上回っているが、客単価は前年並みである。ちなみに今月も北海道物産展の売上は3億円を超え、前年比4%増とかなり好調な催事となっている。 |  |
|                            |               | 百貨店(売場担<br>当)              | 販売量の動き                  | ・今月中旬、一時的に強い冷え込みがきたため、冬物衣料を中心に売上が好調となっている。   |  |
|                            |               | 百貨店(店舗事<br>業計画部)           | 販売量の動き                  | ・冷え込みが進み、昨年比バコート類の動きが好調である。昨年は冷え込みが鈍く新調しなかった客も相当数いた。   |  |
|                            |               | スーパー(店<br>長)               | 販売量の動き                  | ・前年と比較して気温が低温傾向にあり、衣料品中心に防寒関連の商品の動きが非常に良い。宝飾関連の商品も比較的動きが良い。また、イベント催事等も好調に推移している。   |  |
|                            |               | 家電量販店(従<br>業員)             | 来客数の動き                  | ・寒くなるにつれ、暖房器具が売れるようになっている。   |  |
|                            |               | その他専門店<br>〔コーヒー豆〕<br>(経営者) | お客様の様子                  | ・コーヒーの消費が増える時期である。お歳暮の早期受付を始めて、事前の注文も増えている。それにより、売上が増加している。  |  |
|                            |               | その他専門店<br>〔書籍〕(地区<br>支配人)  | 販売量の動き                  | ・競合店舗の撤退により、関連商品の販売量に下げ止まりの傾向が出ている。全体的にはまだ厳しいが、3か月前よりは回復の兆しが一部みられる。  |  |
|                            |               | 通信会社(企画<br>担当)             | 販売量の動き                  | ・昨年同期よりも販売数が良い。  |  |
|                            |               | 変わらない                      | 商店街(代表<br>者)            | 来客数の動き   | ・暴力団の抗争問題により、夜の店がほとんど商売になっていない。我々商店街でもその煽りがかなりきている。商店街も対策を考えているが、なかなか解決できない。また、近隣のスーパーではタイムサービスをしているが、16時以降客はほとんど商店街には来ない。 |
|                            |               |                            | 商店街(代表<br>者)            | お客様の様子   | ・客の様子をみると、季節の変化に伴い、若干消費に活力がうかがえる。  |
|                            |               |                            | 商店街(代表<br>者)            | 来客数の動き   | ・11月に入って寒くなったことから、防寒具等の衣料品に動きが出てきた。  |
|                            |               |                            | 一般小売店〔生<br>花〕(経営者)      | 販売量の動き   | ・大分涼しくなり、8月よりはギフトとしての花の需要が良くならないといけませんが、残念ながら良くなかった。新規オープン等お祝いの需要が期待ほどなかった。  |
|                            |               |                            | 一般小売店<br>〔茶〕(販売・<br>事務) | 販売量の動き   | ・寒くなり年間通して最も売れる時期であるが、売上は例年に達していない。外交販売も店頭販売も減少している。   |
|                            |               |                            | 百貨店(売場主<br>任)           | それ以外   | ・気温が下がり、コートやダウン等の防寒衣料、マフラーや手袋等の防寒雑貨の動きが良くなったが、気温に左右されない商品の動きが良くない。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                            | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|----------------------------------|---------|---|
|    |         | 百貨店（営業担当）                        | お客様の様子  | ・友の会満会やクレジット10回無金利、恒例の北海道物産展等の来店促進策の効果があつた。また、寒波到来により、冬物衣料や雑貨の動きが好調となった。店外及び地方開催催事での集客は好調となったが、クレジット催事期間はクレジットシェアが伸びただけで、売上全体には貢献せず、依然として慎重な購買姿勢は続いている。 |
|    |         | 百貨店（営業担当）                        | お客様の様子  | ・ジュエリーや時計、婦人服のプレタ等の動きは良くなっている。ただ一般的な婦人服、紳士服の動きが少し弱くなっている。ボリュームのあるところが落ちているので、全体的な売上は厳しい状況である。やはり、総選挙の問題もあり需要が多少前倒しとなっている。                               |
|    |         | 百貨店（営業統括）                        | 来客数の動き  | ・催しやイベントを増やし、売上は前年実績を維持しているが、来客数が増加しない。結果的に一部の客の客単価アップに支えられた売上構成になっている。   |
|    |         | 百貨店（営業政策担当）                      | 来客数の動き  | ・近隣の百貨店は各地区内の店舗ごとで一進一退の状況だが、エリア全体では小康状態にある。   |
|    |         | 百貨店（業務担当）                        | お客様の様子  | ・気温の変化とともに、秋冬の防寒商品等ファッション商品が動き始めた。9、10月の減少分を取り戻す勢いで売れているものの、この勢いが続くかどうかは分からない。  |
|    |         | スーパー（店長）                         | 競争相手の様子 | ・競合店の影響で、今月は食料品の動きが前年比5.7%減で推移している。来客数も前年比6%減、客単価、買上点数は前年並みである。来客数の減少が続いており、1年間この流れで推移すると見込んでいる。  |
|    |         | スーパー（店長）                         | 来客数の動き  | ・食品面は価格を安くする等、集客を図った結果、来客数の回復傾向が若干であるがみられる。衣料品に関しては、気温の差もあり、やや好調に推移している。  |
|    |         | スーパー（経理担当）                       | 販売量の動き  | ・一部競合店が出店した地域での売上は落ちているが、全体的に大きな変動は少ない。製造業が多い地区の売上が伸び悩んでいる。   |
|    |         | スーパー（業務担当）                       | 来客数の動き  | ・歳暮商戦がピークに差しかかり、ハムや生鮮関連の好調により、客単価は増加傾向にある。ただし来客数は前年比では横ばいとなり、予想よりも伸長率が低い。   |
|    |         | コンビニ（経営者）                        | 単価の動き   | ・非常にシビアな客の購買行動が続いている。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当・店長）                   | 単価の動き   | ・昨年と同じ時期にキャンペーンをしているが、客単価に関しては昨年と変わらない。ただ、たばこ購入の客が若干増えており、売上自体は前年よりも少し伸びている。  |
|    |         | 衣料品専門店（店員）                       | 販売量の動き  | ・11月はコート等を含むまとめ買いの多い月であるが、今月は単品買いが目立った。客は、今必要な物だけを購入している。   |
|    |         | 衣料品専門店（取締役）                      | お客様の様子  | ・寒くなり、物が少し動き始めている。1品当たりの単価が高いため、8月より売上は良いが、景気が良いということではない。客は必要な物を最低限しか購入しない。  |
|    |         | 衣料品専門店（チーフ）                      | 来客数の動き  | ・外国人客の来客数が増えており、売上を伸ばしている。日本人客の売上は厳しい状況である。   |
|    |         | 家電量販店（企画・IR担当）                   | 販売量の動き  | ・3か月前と比べ、スマートフォンやタブレット型パソコン、季節商材等の売上が伸びている。ただ、依然としてテレビやDVDレコーダー等が回復せず、全体としては3か月前の傾向が続いている。  |
|    |         | 乗用車販売店（総務担当）                     | 販売量の動き  | ・今月も前月に引き続き、新車の受注状況が目標を下回っている。エコカー補助金制度が終了した9月以降は厳しい状況が続いている。   |
|    |         | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）             | 販売量の動き  | ・燃料油の小売価格は低下傾向である。寒さが増し、灯油の需要にも期待していたが、燃料油の販売量は昨年並みである。   |
|    |         | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人） | 単価の動き   | ・高額商品が動いておらず、客単価が落ちている。   |
|    |         | 高級レストラン（支配人）                     | 来客数の動き  | ・来客数は昼夜問わず前年比マイナスとなっている。  |

| 分野          | 景気の現状判断 | 業種・職種  | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-------------|---------|--|--------|--|
|             |         | 高級レストラン(専務)  | 販売量の動き | ・旅行者が南九州に多く、郷土料理店では昼の客が増えている。しかし、地元の夜の宴会が少なくなっているため、状況的には変わらない。  |
|             |         | 観光型ホテル(スタッフ)   | 来客数の動き | ・宴会や披露宴、レストランに関しては、通常通り売上が上がる。しかし、宿泊に関しては尖閣問題以降、中国からの観光客が全く来なくなり厳しい。   |
|             |         | 都市型ホテル(副支配人)   | 販売量の動き | ・市内では学会やイベント、あるいはコンサート等が続いており、客の動きが非常に活発である。   |
|             |         | 旅行代理店(従業員)   | 販売量の動き | ・国内は全方面で前年を上回っているが、韓国への大幅な減少の影響が大きく、総じて前年割れとなっている。   |
|             |         | タクシー運転手  | お客様の様子 | ・今回いろいろなイベントがあったが、少し動きがあるだけで、その後、昼夜共に人もタクシーも動きが悪かった。   |
|             |         | タクシー運転手  | 来客数の動き | ・昼間の稼働は非常に良く、特に県外客のゴルフや観光の予約があり、ほとんど毎日のように稼働した。ただ、市内の繁華街、特に夜の動きが悪い。  |
|             |         | 通信会社(管理担当)   | それ以外   | ・資金繰りが厳しい状況が続いている。   |
|             |         | 通信会社(企画担当)   | 販売量の動き | ・年末商戦の盛り上がりの端緒にあるものの、販売量に例年の力強さはない。  |
|             |         | 通信会社(業務担当)   | 販売量の動き | ・スマートフォンは新商品が発売となり、発売直後は売上台数が一時的に上向くが、全体の販売台数は例年より厳しい。スマートフォン関連のアクセサリ商品やスマートフォンソフト売上も横ばいとなっている。                  |
|             |         | 通信会社(総務局)  | 販売量の動き | ・売上増につながる販売施策を積極的に進めているが、客の反応はまだ鈍い。  |
|             |         | ゴルフ場(従業員)  | 単価の動き  | ・ゴルフのプレー代について、単価の高いゴルフ場が苦戦しており、イベント等を行い、安い料金のゴルフ場に客は集中している。また、プレー代以外のショップの販売や茶店、レストランの販売が非常に乏しい。客の財布のひもは固くなっている。 |
|             |         | ゴルフ場(支配人)  | 来客数の動き | ・11月は予想外に雨が多く、それも週末に集中している。忘年コンペとして週末の予約はフルに入るが、雨が降ると予約は当日キャンセルとなり、半減する。来客数はベストゴルフシーズンの目標には届かない。                 |
|             |         | 美容室(店長)  | 来客数の動き | ・客の動きが少なく、人があまり出歩いていない。  |
|             |         | その他サービスの動向を把握できる者[介護サービス](管理担当)                                    | 来客数の動き | ・寒さが厳しくなり、サービスのキャンセルや入院する客が少しずつ増加しており、客数が伸び悩んでいる。  |
| 住宅販売会社(従業員) | 単価の動き   | ・マンション戸建の売行きが好調である。ただ場所や物件にもより、良い物件については客がすぐにつく。全体としての景気はそれほど悪くない。 |        |  |
| やや悪くなっている   |         | 商店街(代表者)   | 来客数の動き | ・客は政界への不信により、この先の生活に対する不安があり、購買意欲が感じられない。景気は悪くなる一方である。   |
|             |         | 商店街(代表者)   | お客様の様子 | ・政治経済の状況が悪化し、商店街では売上が悪化する一方である。従業員を雇わずに家族や夫婦、1人で経営する店が増えている。   |
|             |         | 商店街(代表者)   | お客様の様子 | ・衆議院が解散し、総選挙が近づくなかで、客は買物どころではない。客単価も来客数も下がっている。  |
|             |         | 一般小売店[青果](店長)  | お客様の様子 | ・し好品である果物の買い控えがかなり多く、果物の相場が成り立たない。またギフトシーズンが始まったが、商材の価格が上がらず、なかなか難しい状況にある。                                       |
|             |         | 百貨店(総務担当)  | 販売量の動き | ・来客数は前年並みを維持しているが、客単価が大きく下ぶれし、全体では前年比10%程度のマイナスである。気温の低下により、アパレルはやや持ち直しの傾向がみられるものの、飲食サービス関連テナントが大変厳しい状況となっている。   |
|             |         | スーパー(経営者)  | 単価の動き  | ・いろいろな部分で先行きがみえないため、客は買い控えをしている。また、低単価の物を選んでいる。  |
|             |         | スーパー(店長)   | 販売量の動き | ・買上点数は変わらないが、1品単価、来客数共に低下傾向である。客は価格に敏感になっている。  |
|             |         | スーパー(店長)   | 来客数の動き | ・11月は気温の低下があり、衣料品は好調に推移したが、ベースとなる食品の売上がなかなか上がらない。来客数の増加がみられず、厳しい状況が続いている。  |

| 分野      | 景気の現状判断 | 業種・職種                        | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|---------|---------|------------------------------|---------|---|
|         |         | 衣料品専門店<br>(総務担当)             | 来客数の動き  | ・商店街全体でも、当店においても来客数の減少が顕著となっている。  |
|         |         | 家電量販店 (店員)                   | 販売量の動き  | ・家電業界では、まずテレビが全然売れない。併せて冷蔵庫や洗濯機、エアコン等にも売上全体を引っ張る核となる商品がなく、景気はあまり良くない。   |
|         |         | 家電量販店 (総務担当)                 | 来客数の動き  | ・テレビコマーシャルやチラシ等の効果が全く出ない。客足が遠退いている。   |
|         |         | 乗用車販売店 (従業員)                 | 来客数の動き  | ・修理目的の客ばかりの来店で、購入目的の客が少ない。  |
|         |         | 住関連専門店 (経営者)                 | 来客数の動き  | ・毎月のキャンペーンは春以来回復の兆しはみえないが、店舗での販売は前年並みだった。新規部門での販売促進を経費の面から一部変更したが、心配したほど売上には影響しなかった。  |
|         |         | その他小売の動向を把握できる者 [土産卸売] (従業員) | 販売量の動き  | ・昨年より受注の動きが鈍い。客からの商品の注文依頼が遅れている。  |
|         |         | 高級レストラン (経営者)                | 来客数の動き  | ・11月に入り、気候的に少しずつ気温が下がり、大分名物のフグが出るようになった。多少は先月、先々月よりも客が入るようになっているが、依然厳しい状況である。   |
|         |         | 居酒屋 (経営者)                    | それ以外    | ・忙しくなるべき年末ではあるが、予約は週末に偏り、平日の人の流れが非常に悪い。昨年に比べても悪い。   |
|         |         | 旅行代理店 (企画)                   | 販売量の動き  | ・外需の縮小や電力関連の企業を中心に経費の抑制が進んでおり、出張需要に減少の兆しが表れている。   |
|         |         | タクシー運転手                      | 来客数の動き  | ・11月は観光シーズンもあり、その動きはまあまあ良かった。ただ、月末は忘年会のシーズンであるが、そういう動きがほとんどない状況で、歓楽街には客がいない状況である。週末になると少し動きはあるが、それ以外はほとんど動きがない。                 |
|         |         | タクシー運転手                      | お客様の様子  | ・総選挙が始まり、先がみえない状態で、客はお金を使うのを控えるため、景気はあまり良くない。   |
|         |         | 美容室 (経営者)                    | お客様の様子  | ・公務員は安定しているのかと思ったら、給料が下がったりしており、客の節約傾向がひしひしと感じられる。商売する私たちも日用品等はなるべく安く抑えるよう心がけている。   |
| 悪くなっている |         | 一般小売店 [鮮魚] (店員)              | 来客数の動き  | ・売れない状況が長く続いている。なぜなのか見当もつかない。   |
|         |         | スーパー (店長)                    | 来客数の動き  | ・来客数が前年比8%と減少している。昨年、競合店の開店があったということもあるが、来客数の減少幅が拡大している。  |
|         |         | スーパー (総務担当)                  | 販売量の動き  | ・来客数は横ばいであるが、低調な推移を示している。また、販売単価は低単価を堅持せざるを得ない状況となっている。また購買傾向も当用買いが主流となっており、買上点数が増えず、減収減益となっている。来客数、単価共に前年割れとなっており、厳しい商戦が続いている。 |
|         |         | コンビニ (エリア担当)                 | 競争相手の様子 | ・競合店の出店が多く、当店に大きく影響している。特にたばこや酒等の売上が低迷し、全体的な売上が大きく下がっている。   |
|         |         | コンビニ (店長)                    | 販売量の動き  | ・販売量が2か月前より減少している。また前年比5%減となり、景気は悪い。  |
|         |         | コンビニ (販売促進担当)                | 販売量の動き  | ・グループ会社で最も売上が大きい量販店において、特売を行っても販売総数の落ち込みが止まっていない。その分をコンビニ等でもカバーできず、総体的に市場が落ち込んでいる。  |
|         |         | 衣料品専門店 (経営者)                 | 来客数の動き  | ・単価が下がっており、かなり厳しい状況である。   |
|         |         | 衣料品専門店 (店長)                  | 来客数の動き  | ・ようやく商店街改造工事が終わったが、およそ3年間かかった工事期間に離れた客足が戻っていない。   |
|         |         | 衣料品専門店 (店長)                  | お客様の様子  | ・客がなかなか買物しない。年金世代が増え、決まった可処分所得のなかで、旅行や遊びに出費しており、洋服の購入は減っている。旅行等についても安い価格帯のものに集中している。  |
|         |         | 都市型ホテル (販売担当)                | お客様の様子  | ・会社の売上が低迷し、集客も少なく、景気は良くない。政治も不安定で良い動きがみえない。   |

| 分野                     | 景気の現状判断       | 業種・職種            | 判断の理由          | 追加説明及び具体的状況の説明   |   |
|------------------------|---------------|------------------|----------------|--|---|
|                        |               | 美容室（経営者）         | 販売量の動き         | ・だんだん年末に向かっていのに売上は上がらず、景気は悪いほうに流れている。経済の活性化がどんどん先送りされており、客の購買意欲が落ちている。客の購買意欲を上げるために、中小企業の活性化を計画してもらいたい。  |   |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(九州) | 良く<br>なっている   | ○                | ○              | ○  |   |
|                        | やや良く<br>なっている | 食料品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き     | ・季節的に商品主原料の収穫期にあたり需要が多い。   |   |
|                        | 変わらない         | 農林水産業（経営者）       | 受注量や販売量の動き     | ・11月は10月に比べると少しは動きが良くなっている。しかし例年に比べると依然厳しい数字である。それでも後半あたりから冷凍食品向け原料肉の引き合いが少しずつ入っている。居酒屋等の外食は厳しいが、スーパー向けに関しては11月に入って寒さの影響もあり、鍋物の食材の引き合いが出始めている。 |   |
|                        |               | 農林水産業（従業員）       | 受注価格や販売価格の動き   | ・生乳関係の販売は今のところあまり変わらない状況であるが、飼料価格が上がっているのが懸念される。   |   |
|                        |               | 窯業・土石製品製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き     | ・11月は一番商品が動く時期であるが、総選挙の関係もあり、商品の荷動きが悪い。受注、販売は昨年より10%程度落ちている。   |   |
|                        |               | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き     | ・機械設備や機械部品加工の受注量が依然として少ない。またこれからの仕事量においても見積引き合い等が少なく不安が募る。   |   |
|                        |               | 建設業（社員）          | 受注量や販売量の動き     | ・総選挙以外に11月は地方選挙があり、選挙意欲をおおるために、地方都市では通常の月より発注量が多かった。ただ、民間での発注は依然少なく、期待できそうにない。官公庁の下請については多いが、見積単価は元請の利益確保後に下請に回ってくるため、非常に厳しい。                  |   |
|                        |               | 輸送業（総務担当）        | 取引先の様子         | ・預かっている荷物の荷動きがあまり良くない。食品、アパレル、その他の商品も非常に荷動きが悪い状態である。   |   |
|                        |               | 通信業（経理担当）        | それ以外           | ・いよいよ12月だというのに量販店へ出かけても依然として人のにぎわいがみられない。  |   |
|                        |               | 金融業（営業担当）        | 取引先の様子         | ・消費税増税を控え、市内近郊では賃貸や分譲物件の新築が盛んな状況である。受注量は、建設業において大手、中小問わず増加傾向にあるものの、人手不足で労務費が高騰し、利益の増加は期待できない。  |   |
|                        |               | 金融業（調査担当）        | 取引先の様子         | ・倒産件数等が若干増加したものの、金融を取り巻く環境に特段の変化はみられない。  |   |
|                        |               | 経営コンサルタント        | 受注量や販売量の動き     | ・30社の会社に販売攻勢したが全然反応がないので、状況は悪い。  |   |
|                        |               | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子         | ・周りの経営者と話をしていると、非常に厳しい、景気が悪いという話をよく聞く。個人的には街中の入出の様子等から、夏より良くなっていると感じる。ただ、昨年がちょうど九州新幹線全線開通後のイベントで街中がにぎわっていたので、対前年で考えるとかなり悪くなっている。               |   |
|                        |               | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子         | ・取引先と情報交換をしても、業況が大きく変化しているという話はほとんど聞かない。   |   |
|                        |               | やや悪く<br>なっている    | 繊維工業（営業担当）     | 競争相手の様子  | ・同業者に尋ねると、この1～2か月急速に受注が減ったと聞くようになった。会社は連休を取るようになったと聞く。取引先にかなりの在庫がある。                    |
|                        |               |                  | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・ここ数か月受注量が減少しており、回復の見込みが非常に少ない。今後どのように経営するのか、様々な営業努力はしているが、なかなか方向性を見いだすことができず、大変苦慮している。 |
|                        |               | 精密機械器具製造業（従業員）   | 受注量や販売量の動き     | ・受注計画の見通しがつかず、生産計画数が落ちてきている。   |   |
|                        |               | 輸送業（総務）          | 受注量や販売量の動き     | ・荷物の取扱量が前年を下回ってきている。   |   |
|                        |               | 金融業（従業員）         | 取引先の様子         | ・電気機械、自動車関連の生産が減少している。また、飲食店への客足が遠のいているほか、地元観光地のイベントへの来場者が伸び悩む等、消費者の節約ムードが強まっている。  |   |
|                        | 悪く<br>なっている   | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き     | ・ユーザーからオーダーがほとんどない状態が続いている。  |   |

| 分野           | 景気の現状判断       | 業種・職種                  | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|--------------|---------------|------------------------|------------|--|
|              |               | 輸送用機械器具製造業（営業担当）       | 受注量や販売量の動き | ・中国向け輸出車両の大幅な減産により、予算計画に対して3割減少している。   |
|              |               | 経営コンサルタント（社員）          | 受注量や販売量の動き | ・飲食業での宴会が少なくなり、酒類の売上が必然的に下がっている。   |
|              |               | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・市町村発注の設計や調査等の公共事業の発注量が減少し、価格競争が激しくなっているため、受注量が昨年同時期と比べて15%減となっている。利益が残らないため、人件費の削減等をしないとイケない状況になっている。 |
| 雇用関連<br>(九州) | 良く<br>なっている   | —                      | —          | —  |
|              | やや良く<br>なっている | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き     | ・労働派遣法の改正で日雇派遣が落ち込んだが、年末商戦に向けて短期販売の派遣依頼が増えてきている。   |
|              |               | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き     | ・先月と同様、注文数が増えている。年末需要も増えているが、直接雇用も増えている。忙しい時だけ人材を必要とする企業が、継続的に雇用できるようになり、直接雇用へ切替えている。                  |
|              |               | 職業安定所（所長）              | 求人数の動き     | ・新規求人数は前年比31.7%増、前月比18.0%増となり、全業種で増加となった。常用もパートも同様に増加している。新規求職者数は前年比で減少が続いていたが、13か月ぶりに増加に転じた。          |
|              |               | 職業安定所（職員）              | 求職者数の動き    | ・新規求人数は季節的要因を除くと増加傾向にあり、新規求職者数は減少傾向にある。  |
|              |               | 学校〔大学〕（就職支援業務）         | 求人数の動き     | ・昨年度の求人件数は前年度を若干上回ったが、今年度の求人件数は昨年度10月末現在より更に上回っている。  |
|              | 変わらない         | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き     | ・求人数については、堅調に推移している。   |
|              |               | 職業安定所（職員）              | 求職者数の動き    | ・新規求人数は前年同期比で増加したものの、12か月連続で前年同月比減となっていた新規求職者数が増加に転じたことが懸念材料となる。                                       |
|              |               | 民間職業紹介機関（社員）           | 求人数の動き     | ・夏場以降、派遣需要は盛り上がり欠けている。電子部品の企業では生産調整に入るため、派遣社員の休業を申し入れしてきたところもある。                                       |
|              | やや悪く<br>なっている | 人材派遣会社（営業）             | 求人数の動き     | ・求人数が、上期に比べて減少している。  |
|              |               | 求人情報誌制作会社（編集者）         | 求人数の動き     | ・これまで求人件数が前年を上回ってきたが、その動きが止まってきた。  |
|              |               | 新聞社〔求人広告〕（担当者）         | 求人数の動き     | ・求人広告数が下げ止まらない。  |
|              |               | 新聞社〔求人広告〕（担当者）         | 求人数の動き     | ・新聞の求人広告の出稿数は前年比約40%減と低調である。年末総選挙により、求人広告が増える要因が見当たらない。  |
|              |               | 新聞社〔求人広告〕（担当者）         | 雇用形態の様子    | ・夏以降の急激な景気悪化で、ある広告代理店では不景気による売上減少の対策として、退職後の雇用者の雇い止めや冬の賞与カットを打ち出す等、厳しい雇用情勢が続いている。                      |
|              |               | 学校〔専門学校〕（就職担当）         | 求人数の動き     | ・企業の採用計画のヒアリングのなかで、できるだけ体制をスリム化して採用人数を抑制したいと考える企業が増えつつある。  |
|              | 悪く<br>なっている   | 人材派遣会社（社員）             | 周辺企業の様子    | ・緊急雇用予算のばらまきも今年度をめどに終わり、自治体に組み込める予算が無い状態である。中小企業も観光も補助金無しでますますひっ迫している。                                 |
|              |               | 民間職業紹介機関（支店長）          | 求人数の動き     | ・人材需要の大きな金融や情報通信、自動車、半導体、エレクトロニクス業界が軒並み採用を抑制している。新規の求人数は前年同期比でマイナスである。                                 |

## 11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

| 分野                 | 景気の現状判断       | 業種・職種       | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------------------|---------------|-------------|--------|---|
| 家計動向<br>関連<br>(沖縄) | 良く<br>なっている   | ゴルフ場（経営者）   | 単価の動き  | ・イベントを開催したことによる集客効果があり、また本土客もかなり増加している。そのため、単価がかなり上がり、当然売上の的にもかなり良化している。      |
|                    | やや良く<br>なっている | 家電量販店（総務担当） | 販売量の動き | ・エコポイント制度終了後のテレビの需要落ち込みは相変わらずだが、落ち幅は小さくなっている。冷蔵庫、洗濯機は大型が伸びており、特段景気の落ち込みは感じない。 |

| 分野                     | 景気の現状判断   | 業種・職種                 | 判断の理由                                   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------------------------|-----------|-----------------------|---|--|
|                        | 変わらない     | 住宅販売会社<br>(総務・企画分野)   | お客様の様子                                  | ・住宅建築の意欲の高い客が多い感がある。冷やかしか客が少なく、接客していても真剣味がある。消費税増税のことがきっかけになっていると推測する。   |
|                        |           | 百貨店（営業企画）             | 販売量の動き                                  | ・店舗合計では3か月前からは大きな変動は無い。前年より気温の変化があり衣料品の動きが良くなっているが、家庭用品、食品の物産展催事では前年を割り苦戦を強いられている。   |
|                        |           | スーパー（企画担当）            | 来客数の動き                                  | ・来客数は前年並みで推移しており、景気は横ばいの様子である。   |
|                        |           | コンビニ（エリア担当）           | 販売量の動き                                  | ・前年と比べて寒いため、ホット商材の飲料や中華まんが顕著に伸びている。また炭酸飲料で大型商品が出てヒットしているが、底上げにはつながらず、来客数の減少は続いている。来客数の前年比とたばこの売上前年比の数値は同じように推移しており、たばこを購入する客自体が減っていることが、来客数の減少を裏付けている。 |
|                        |           | 衣料品専門店（経営者）           | 来客数の動き                                  | ・通りの歩行者が少ない。今月は特に観光客も少なく感じられる。他店も同じであろうが、本店はリピーターの客に助けられている。もう少し新規の客が増えれば答えも変わるものとみる。  |
|                        |           | その他専門店<br>[楽器]（経営者）   | 販売量の動き                                  | ・修学旅行生などで、時々人通りが増えたりするが売上が前年より減少している。また、価格競争などで利益が大変厳しい状況になっている。   |
|                        |           | 観光型ホテル<br>(マーケティング担当) | 販売量の動き                                  | ・客室稼働率の前年比プラス幅が、3か月前と比べほぼ同様である。需要は大きくは変わっていない。   |
|                        |           | 通信会社（店長）              | 販売量の動き                                  | ・例年では冬の新商品発売前に買い控えが出て販売量が落ち込むが、今年は変わらない販売量を保っている。  |
|                        |           | 住宅販売会社<br>(代表取締役)     | お客様の様子                                  | ・住宅建築について、厳しい予算計画の客が多い。  |
|                        |           | やや悪くなっている             |   | スーパー（販売企画担当）   |
| コンビニ（経営者）              | 来客数の動き    |                       |   | ・前年は震災の影響でたばこが異常な売れ方であったが、今年は平常値に戻り、来客数が10%減である。3か月前までは良い状況であった。   |
| その他専門店<br>[書籍]（店長）     | 販売量の動き    |                       |   | ・3か月前はどうか現状を維持していたが、今月の販売量は前年比で5%も落ちてしまっている。よって景気は悪くなってきているとみる。  |
| 悪くなっている                |           | その他飲食[居酒屋]（経営者）       | お客様の様子                                  | ・忘年会の企画を例年どおり始め、前年の2倍の外商活動をしているが、平日の忘年会の予約がほとんど入ってこない。12月は比較的週末予約が入っているが、平日の自粛モードはかなり進んでいる。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(沖縄) | 良くなっている   | —                     | —                                       | —  |
|                        | やや良くなっている | 輸送業（本社事業本部）           | 受注量や販売量の動き                              | ・家電製品の取扱数量が減っているが、新規出店もあり、全体的には微増となっている。更には食品及び雑貨においても出店による取扱数量が若干増加している。  |
|                        | 変わらない     | 窯業・土石製品製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き                              | ・公共工事向けは減少、民間向けはやや増加となっている。  |
|                        |           | 建設業（経営者）              | 受注量や販売量の動き                              | ・契約棟数が低下傾向のままである。  |
|                        |           | 輸送業（代表者）              | 受注量や販売量の動き                              | ・台風により積み増しされた受注残も、今月は天候も良く順調に稼働し、適正となりつつある。  |
|                        |           | 通信業（営業担当）             | 取引先の様子                                  | ・当社を含む同業の経営状況はいずれも少額ながら、黒字経営で推移しているとみられる。  |
|                        | やや悪くなっている | —                     | —                                       | —  |
| 悪くなっている                | —         | —                     | —                                       |  |
| 雇用<br>関連<br>(沖縄)       | 良くなっている   | —                     | —                                       | —  |
|                        | やや良くなっている | —                     | —                                       | —  |
|                        | 変わらない     | 人材派遣会社（経営者）           | 求人数の動き                                  | ・派遣依頼はある程度堅調に続いているが、依頼先は既存ユーザーが多く新規依頼は少ない状況である。  |
| 人材派遣会社（総務担当）           |           | 求人数の動き                | ・この時期になると年末年始に向けて新規案件が増える時期だが、今年は動きが鈍い。 |  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|-----------|----------------|---------|---|
|    |           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・求人数もほぼ横ばい状況である。  |
|    |           | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 雇用形態の様子 | ・正社員の雇用求人が少ない。県内に進出している大手企業の求人もスタートは契約社員からである。そこから正社員へのハードルは高く厳しいといわれている。 |
|    | やや悪くなっている | ○              | ○       | ○   |
|    | 悪くなっている   | —              | —       | —   |